

“EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE DI DEPOK”

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Penyelesaian Tugas Akhir
Program Studi D – IV Manajemen Bisnis Industri
di Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Oleh :

DEASY RACHMAWATI AZIIZAH

1711016



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

JAKARTA

2015

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Program Studi Manajemen Bisnis Industri, Kementerian Perindustrian R.I,

NAMA : DEASY RACHMAWATI AZIIZAH

NIM : 1711016

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

“ EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE DI DEPOK ”

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan/Sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 25 Agustus 2015

Yang membuat pernyataan

(Deasy Rachmawati Aziizah)

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR

**“EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE DI DEPOK”**

DISUSUN OLEH :

NAMA : DEASY RACHMAWATI AZIIZAH

NIM : 1711016

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan
Dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Menyetujui

Jakarta, 25 Agustus 2015

Dosen Pembimbing

Drs. Parlindungan Pardosi, MM

NIP. 195311281980031005

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :

**“EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE DI DEPOK”**

DISUSUN OLEH :

Nama : Deasy Rachmawati Aziizah

NIM : 1711016

Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada Hari Jumat Tanggal 27 November 2015 .

Jakarta, 30 November 2015

Penguji 1,

(Dr. Sadar Sukma Adnan, SE,M.Pd)
NIP.

Penguji 3,

(Drs. Ubaldus Upa, MA)
NIP. 195504121986031003

Penguji 2,

(Dra. Morison Sitorus, MM)
NIP. 196306201989031003

Penguji 4,

(Drs. Parlindungan Pardosi, MM)
NIP. 195311281980031005

ABSTRAKSI

PO. Enny Bakery & Cake merupakan perusahaan yang memproduksi kue bolu marmer. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1999 oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Enny Dayalti. Salah satu permasalahan yang dihadapi PO. Enny Bakery & Cake adalah “ bahwa PO. Enny Bakery & Cake dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual kue bolu marmer dilakukan dengan cara kira-kira tanpa metode yang baku. Sehingga belum diketahui apakah besarnya harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan tersebut sudah tepat atau belum, apalagi dikaitkan dengan laba yang telah ditetapkan sebesar 30% dari harga pokok produksi. Dari hasil perhitungan harga pokok produksi perusahaan diketahui bahwa harga pokok produksi yang ditetapkan selama ini belum tepat dikarenakan ada unsur biaya yang tidak dimasukkan kedalam perhitungan dan akibatnya harga jual yang ditetapkan pun belum tepat. Untuk menentukan perhitungan harga pokok produksi digunakan metode full costing dengan memasukan semua unsur biaya dan untuk menentukan harga jual digunakan metode cost plus pricing. Dari hasil perhitungan berdasarkan metode full costing dan cost plus pricing tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya harga pokok produksi yang ditetapkan perusahaan selama ini lebih rendah dari harga pokok produksi berdasarkan metode full costing; demikian juga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih rendah dari hasil perhitungan menggunakan metode cost plus pricing. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka disarankan agar perusahaan melakukan koreksi atas unsur-unsur biaya yang dimasukkan kedalam perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan pendekatan full costing, dan menggunakan metode cost plus pricing dalam menentukan harga jual.

Kata Kunci: Metode full costing, Harga pokok produksi, Metode cost plus pricing, Harga jual

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat izin-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE di DEPOK”.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari doa, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada

1. Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
2. Bapak Drs. Pasti Immanuel Bangun, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri, Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah memberikan motivasi kepada seluruh mahasiswa Manajemen Bisnis Industri.
3. Bapak Drs. Parlindungan Pardosi, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan arahan secara teknik dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Para Dosen dan para tenaga kependidikan Sekolah Tinggi Manajemen Industri terimakasih atas bimbingannya selama ini.
5. Kepada kedua orang tua saya dan keluarga tersayang yaitu ayahku Rosidi Rachman dan bundaku Meta Savari yang dengan sabar selalu memberikan kasih sayangnya dan tanpanya penulis tidak akan penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Serta adikku Hana Fauziyah yang selalu memberikan semangat serta menghibur penulis.
6. Ibu Enny Dayati dan Ka Emil, selaku pemilik PO. Enny Bakery & Cake yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan riset, serta membatu dan mempermudah penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Rizaldi Nurilhuda terima kasih atas dukungan, perhatian dan kesabarannya dan bantuannya kepada penulis selama ini..
8. Kepada teman-teman Aziza Alatas, Sylvia Okta, Lintang Arrum, Ka Meitri, Hanna Seif, terimakasih atas dukungan dan perhatiannya kepada penulis selama ini.

9. Kepada teman seperjuangan awal kuliah Hilya Palatika, Lidia Paska, Faradhiba, Ninit Nalaratih terimakasih atas bantuan, semangat dan dukungannya selama ini kepada penulis.
10. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) 2011 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan.
11. Kepada organisasi yang saya ikuti FORM yang telah memberikan motivasi serta pengertiannya kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan memberi wawasan lebih bagi pembaca. Saran dan Kritik senantiasa saya terima demi perbaikan. Terima Kasih.

Jakarta, 25 Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Lembar Bimbingan Tugas Akhir	iv
Lembar Pernyataan Keaslian	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Tujuan Penelitian	3
1.6 Manfaat Penelitian	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Biaya	5
2.2 Pengertian Harga Pokok Produksi	8
2.2.1 Tujuan dari Perhitungan Harga Pokok	11
2.2.2 Metode Perhitungan Harga Pokok	12
2.2.2.1 Perbedaan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i>	14
2.3 Pengertian Harga.....	16
2.3.1 Tujuan Penetapan Harga	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	18
2.3.3 Metode Penetapan Harga Produk.....	20
2.4 Penetapan Harga Jual.....	24
2.4.1 Pengertian Harga Jual.....	24
2.4.1.1 Faktor Pertimbangan Penentuan Harga Jual	24

2.4.1.2 Metode Penentuan Harga Jual Produk	26
2.5 Pengertian Laporan Keuangan	28
2.5.1 Jenis-jenis Laporan Keuangan	29
2.5.2 Pengertian Analisis Laporan Keuangan	31
2.5.2.1 Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan.....	31
2.5.2.2 Teknik Analisis Laporan Keuangan.....	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Data yang Dibutuhkan	34
3.1.1 Objek Penelitian	34
3.1.2 Subjek Penelitian.....	34
3.1.3 Jenis Data	34
3.1.4 Sumber Data.....	34
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	35
3.5 Teknik Analisis	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4.1.3 Profil Perusahaan	38
4.1.4 Layout PO.Enny Bakery & Cake.....	40
4.2 Aspek Produksi	41
4.2.1 Jenis Produksi	41
4.2.2 Harga Jual Kue.....	41
4.2.3 Kebutuhan Bahan Baku dan Penolong.....	42
4.2.4 Proses Produksi	47
4.2.5 Mesin dan Peralatan	49
4.2.6 Biaya Produksi	50
4.3 Aspek Pemasaran	52
4.3.1 Fungsi Pemasaran.....	53
4.3.2 Biaya Pemasaran	55
4.4 Aspek Personalia.....	57
4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan.....	57

4.4.2 Struktur Organisasi	58
4.4.2.1 Deskripsi Pekerjaan	59
4.4.3 Penilaian Kinerja (evaluasi)	60
4.4.4 Kesejahteraan Karyawan.....	60
4.4.5 Pemutusan Hubungan Kerja.....	61
4.5 Aspek Keuangan	58
4.5.1 Penetapan Harga Pokok Produksi Perusahaan.....	66
4.5.2 Laporan Keuangan Perusahaan	68
4.6 Pengolahan Data	69
4.6.1 Pemisahan Data.....	69
4.6.2 Penetapan Harga Pokok Produksi PO. Enny Bakery & Cake menggunakan Metode <i>Full Costing</i>	74
4.6.3 Perhitungan Total Biaya PO. Enny Bakery & Cake	75
4.6.4 Laporan Keuangan Perusahaan	77
BAB V ANALISA PEMBAHASAN.....	78
5.1 Aspek Keuangan	78
5.1.1 Analisis terhadap perhitungan Harga Pokok Produksi	78
5.1.2 Analisis perhitungan Harga Jual	79
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran	82
Daftar Pustaka	83

Daftar Tabel

<u>Tabel 2.1 Contoh Neraca</u>	29
<u>Tabel 2.2 Contoh Laporan Rugi Laba</u>	30
<u>Tabel 4.1 Harga Jual Tahun 2013-2014</u>	41
<u>Tabel 4.21 Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2013-2014</u>	43
<u>Tabel 4.3 Kebutuhan Bahan Penolong Tahun 2013-2014</u>	47
<u>Tabel 4.4 Data Mesin dalam Produksi</u>	49
<u>Tabel 4.5 Data Peralatan dalam Proses Produksi</u>	50
<u>Tabel 4.6 Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013-2014</u>	50
<u>Tabel 4.7 Biaya Overhead Pabrik Tahun 2013-2014</u>	51
<u>Tabel 4.8 Biaya Pemasaran</u>	56
<u>Tabel 4.9 Penjualan dengan Harga Perusahaan</u>	56
<u>Tabel 4.10 Daftar Tenaga Kerja</u>	57
<u>Tabel 4.11 Daftar Gaji Karyawan</u>	61
<u>Tabel 4.12 Penyusutan Aktiva Tetap</u>	63
<u>Tabel 4.13 Persediaan Bahan Baku Awal</u>	64
<u>Tabel 4.14 Laporan Harga Pokok Produksi PO.Enny Bakery & Cake Tahun</u>	66
<u>Tabel 4.15 Laporan Laba Rugi Perusahaan</u>	68
<u>Tabel 4.16 Jumlah Hasil Produksi = Jumlah Penjualan</u>	69
<u>Tabel 4.17 Kebutuhan Bahan Baku Utama Tahun 2013-2014</u>	70
<u>Tabel 4.18 Kebutuhan Bahan Baku Penolong Tahun 2013-2014</u>	70
<u>Tabel 4.19 Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013-2014</u>	71
<u>Tabel 4.20 Biaya Overhead Pabrik Variable Tahun 2013-2014</u>	71
<u>Tabel 4.21 Biaya Overhead Pabrik Tetap Tahun 2013-2014</u>	72

<u>Tabel 4.22 Biaya Pemasaran</u>	73
<u>Tabel 4.23 Laporan Harga Pokok Produksi PO. Enny Bakery & Cake dengan Metode Full Costing</u>	74
<u>Tabel 4.24 Total Biaya Tahun 2013- 2014</u>	75
<u>Tabel 4.23 Laporan Laba Rugi PO. Enny Bakery & Cake</u>	77
<u>Tabel 5.1 Harga Jual Perusahaan</u>	78
<u>Tabel 5.2 Harga Jual dan Biaya Penuh</u>	79
<u>Tabel 5.3 Data Perbandingan dengan Perusahaan lain</u>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Layout PO. Enny Bakery & Cake	40
Gambar 4.2 Kue Bolu Marmer	41
Gambar 4.3 Proses Produksi	48
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PO. Enny Bakery & Cake	48

LAMPIRAN

Surat Izin Usaha Perdagangan	Lampiran 1
Tanda Daftar Perusahaan	Lampiran 2
Nomor Pokok Wajib Pajak	Lampiran 3
Sertifikat Halal	Lampiran 4

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya. (Devianti:2010).

Penentuan harga pokok produksi (HPP) suatu barang/produk merupakan salah satu bagian/fase penting dalam proses pengambilan keputusan di suatu perusahaan. Sebab dengan mengetahui harga pokok barang tersebut, maka perusahaan dapat menentukan berbagai tingkat keuntungan yang diinginkan, berapa harga jualnya, bagaimana tingkat efisiensinya dalam perusahaan dan lain sebagainya.

PO. Enny Bakery & Cake merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan roti dan kue. PO. Enny Bakery and Cake berdiri pada tahun 1999 yang didirikan oleh seorang ibu rumah tangga bernama Ibu Enny Dayalti. Perusahaan ini beralamatkan di Jalan Nusantara Raya No: 294, Pancoran Mas, Depok.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian atas Harga Pokok Produksi (HPP) pada industry ini karena disebabkan oleh adanya karakteristik tertentu pada industry ini, seperti:

- Persaingan yang ketat di industri ini,
- Membutuhkan modal agak besar untuk memiliki toko serta alat-alat untuk menunjang proses produksi
- Dan merupakan industry yang paling diminati saat ini di Indonesia terbukti karena banyaknya produk yang muncul.

Salah satu permasalahan yang dihadapi PO. Enny Bakery and Cake adalah memperhitungkan biaya serta harga jual suatu produk. Dengan menganalisis harga pokok produksi yang terdapat dalam memproduksi kue, maka perusahaan dapat mengetahui berapa harga jual yang harus ditetapkan pada setiap produk yang akan dihasilkan dengan menyesuaikan keuntungan yang diharapkan. Dengan berbagai persaingan yang ketat, perusahaan diharuskan untuk memajukan usahanya.

PO. Enny Bakery and Cake memerlukan tinjauan terhadap analisis perhitungan harga pokok produksi. Karena analisis ini dapat memberikan informasi yang diperlukan manajemen untuk menentukan harga jual yang akan ditetapkan sesuai dengan keuntungan yang diharapkan perusahaan.

Berdasarkan alasan-alasan diatas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan di atas dalam sebuah penulisan ilmiah dengan judul “EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE di Depok“

1.2 Pokok Masalah

PO.Enny Bakery & Cake bergerak dalam bidang industri pembuatan roti dan kue, jenis produksinya bermacam-macam. Sampai saat ini PO. Enny Bakery & Cake masih menggunakan metode yang sederhana dalam perhitungan harga pokok produksinya yaitu dengan cara banyak biaya bahan baku yang dipakai ditambahkan ongkos pengerjaan serta ditambahkan keuntungan yang diinginkan perusahaan, yang nantinya setelah ditambahkan semua itulah yang menjadi harga jual. Padahal secara teori metode ini tidak efektif untuk menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya penghitungan menggunakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan demikian rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah penetapan Harga Pokok produksi yang dilakukan sudah benar apa belum?
2. Apakah penetapan harga jual yang ditepatkan sudah tepat atau belum?

1.4 Batasan Masalah

1. PO. Enny Bakery & Cake memproduksi 4 (empat) jenis kue dan 6 (enam) jenis roti, jenis kue tersebut adalah kue bolu marmer, kue bolu lapis surabaya, kue bolu karamel, dan kue bolu lapis pelangi sedangkan jenis roti adalah roti keju, roti cokelat, roti abon, roti talas, roti mexico, dan roti almond. Dalam penelitian ini akan dibatasi pada 1 jenis kue saja yaitu jenis: kue bolu marmer.
2. Periode penelitian adalah untuk kegiatan tahun 2013 dan 2014

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menilai apakah penetapan harga pokok produksi yang dilakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake sudah tepat atau belum.
2. Untuk menilai apakah harga jual yang diterapkan oleh PO. Enny Bakery & Cake selama ini sudah tepat atau belum.

1.6 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis perhitungan biaya produksi dan pengaruhnya terhadap harga jual.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi dalam perhitungan biaya produksi dan harga jual.

c. Bagi Pembaca

Sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para mahasiswa dalam menyusun tugas akhir.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari enam (6) bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang akan dilakukan,

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan data yang dikumpulkan serta hasil olahan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa dan pembahasan atas hasil yang telah dilakukan pada bab IV.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian, serta saran-saran yang dipandang perlu untuk diberikan kepada pihak perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Biaya (Nature Of Cost)

Dalam membahas mengenai harga pokok tidak terlepas dari pembahasan yang menyangkut masalah biaya. Biaya merupakan unsur-unsur yang membentuk harga pokok, yang terjadi sebagai akibat adanya pengorbanan nilai-nilai hasil produksi. Menurut Prof. J.L. Mey Biaya adalah pengorbanan yang tidak dapat dihindarkan, dapat diduga terlebih dahulu, dan hubungan biaya dengan proses produksi dapat diukur secara kuantitatif. Sedangkan Pendapat lain mengenai biaya, Menurut Drs. Mulyadi, Ak. berpendapat Biaya adalah pengorbanan nilai yang dikeluarkan atau terjadi di dalam perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan penghasilan.

Biaya itu sendiri dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifat item maka biaya dapat digolongkan atas :
 - a. Biaya manufaktur, yakni biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Termasuk dalam biaya manufaktur ini adalah:
 - Biaya bahan baku langsung, yakni semua bahan yang membentuk barang jadi dan dapat dimasukkan secara langsung kedalam perhitungan harga pokok.
 - Biaya tenaga kerja, yakni upah tenaga kerja yang secara langsung dikeluarkan untuk mengerjakan bahan baku menjadi barang jadi.
 - Biaya produksi tidak langsung (factory overhead), yakni biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya produksi yang tidak secara langsung dibebankan kepada unit, job atau produk tertentu.
 - b. Biaya komersial, yakni biaya yang dikeluarkan setelah barang selesai diproduksi sampai laku terjual dan terdiri atas :
 - Biaya penjualan, yakni mencakup semua biaya untuk mendapatkan pesanan sampai pengantaran produk.

- Biaya administrasi (dan umum), yakni biaya-biaya yang terjadi dalam upaya mengarahkan, mengontrol dan mengatur administrasi perusahaan.
2. Sehubung dengan periode akuntansi dimana biaya terjadi, maka biaya digolongkan sebagai berikut :
 - a. Pengeluaran modal (capital expenditure), yakni biaya-biaya yang dapat dinikmati lebih dari satu periode akuntansi. Biaya ini diklasifikasikan sebagai harta perusahaan.
 - b. Pengeluaran pendapatan (revenue expenditure), yakni biaya yang dinikmati oleh periode akuntansi dimana pengeluaran biaya itu terjadi. Pengeluaran ini dianggap sebagai expense dalam periode akuntansi yang bersangkutan dan tampak dalam laporan perhitungan rugi-laba.
 3. Berdasarkan kecenderungannya untuk berubah sehubungan dengan perubahan volume atau aktifitas, maka biaya dapat dibagi atas :
 - a. Biaya tetap, yakni biaya yang sifatnya tetap/konstan, tidak berfluktuasi meskipun volume atau aktivitas berubah. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:
 - Jumlahnya tetap dalam suatu skala output tertentu,
 - Biaya tetap per-unit turun seiring dengan penambahan output,
 - Pembebanan ke department dibuat berdasarkan keputusan manajemen atau berdasarkan metode alokasi biaya, dan
 - Pengendaliannya seringkali terletak di tangan top manajemen dibandingkan di tangan supervisor operasi.
 - b. Biaya variable, yakni biaya yang sifatnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan operasi, adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut:
 - Jumlah totalnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume produksi,
 - Biaya perunit tetap/konstan meskipun volume produksi berubah,
 - Dapat dengan mudan dan tepat dibebankan ke departemen operasi dan
 - Pengawasan atas terjadinya merupakan tanggungjawab kepala departemen.
 - c. Biaya semivariable, yakni biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan biaya variable. Cirinya adalah bilamana pada suatu level output tertentu, terdapat sejumlah biaya yang tidak dapat turun/berkurang.

- d. Biaya step-fixed, yakni biaya yang jumlahnya konstan dalam suatu skala aktivitas tertentu, tetapi bilamana skala aktivitas bertambah, maka jumlah totalnya juga akan bertambah.
4. Berdasarkan hubungannya dengan produk. , maka biaya dapat digolongkan sebagai:
 - a. Biaya bahan baku langsung, yakni semua bahan yang membentuk suatu bagian yang menyeluruh dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan secara langsung dalam perhitungan harga pokok produksi.
 - b. Biaya tenaga kerja langsung, yakni upah tenaga kerja yang langsung dikeluarkan atau yang terjadi untuk mengerjakan bahan baku menjadi barang jadi.
 - c. Biaya Overhead Pabrik, yakni biaya-biaya bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung dan produksi yang tidak secara langsung dapat dibebankan kepada unit, job atau produk tertentu.
 5. Sehubungan dengan sifatnya sebagai common costs maksudnya adalah apabila biaya-biaya fasilitas atau jasa yang digunakan lebih dari dua atau lebih periode akuntansi. Contohnya adalah biaya penyusutan gedung. Sedangkan yang dimaksud dengan joint produk, seperti dalam industry minyak dan gas.

Untuk tujuan perencanaan dan control, maka biaya diklasifikasikan kedalam:

 - a. Budget, yakni suatu rencana tertulis mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu.
 - b. Standard cost, yakni biaya-biaya yang ditentukan dimuka bagi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan factory overhead

Pengklasifikasian biaya seperti yang telah dijelaskan terdahulu sangatlah penting dalam upaya manajemen :

1. Merencanakan keuntungan (melalui budget).
2. Mengawasi biaya-biaya yang terjadi (melalui responsibility accounting)
3. Mengukur keuntungan periodik dan tahunan, termasuk biaya persediaan,
4. Menetapkan harga jual dan kebijaksanaan harga,
5. Menetapkan data relevan cost bagi proses analisis dalam pengambilan keputusan.

2.2 Pengertian Harga Pokok Produksi

Sebelum diuraikan mengenai pengertian harga pokok produksi, ada baiknya diuraikan terlebih dahulu mengenai pengertian harga pokok dan pengertian produksi.

Menurut H.J. Van der Schroeff harga pokok adalah gambaran kuantitatif dari pengorbanan-pengorbanan (yang bertujuan) yang harus dilakukan produsen pada penukaran barang-barang atau jasa-jasa. Produksi adalah kegiatan manusia dengan menggunakan fasilitas mesin-mesin atau alat untuk menambah kegunaan dari suatu barang/jasa.

Pehitungan harga pokok ini merupakan dasar dari perhitungan harga, yang menentukan tingginya prestasi yang diperoleh produsen bagi pengorbana yang telah dilakukan. Tanpa pengetahuan tentang besarnya pengorbanan, maka produsen akan kehilangan dasar yang rasional untuk tindakannya dan untuk memutuskan bermanfaat atau tidaknya penukaran itu ataupun penjualan hasil produksi dari barang-barang yang dijual, akan tetapi saat dilakukan perjanjian tukar-menukar, dimana ditetapkan harga penyerahan antara kedua pihak (penjual dan pembeli).

Pendapat lain mengenai Harga Pokok yakni menurut Prof. Dr. Hadibroto, diuraikan berikut ini. Pengertian Harga Pokok Produksi meliputi biaya-biaya yang dikorbankan untuk memproses bahan-bahan (termasuk biaya untuk bahan-bahannya) atau barang setengah jadi, sampai mencapai barang akhir untuk dijual.

Unsur-unsur yang menjadi bagian dari Harga Pokok Produksi ini adalah :

1. Bahan-bahan

Apabila bahan-bahan diperoleh langsung dari pembelian, maka persoalan perhitungan biaya bahan-bahan agak mudah karena harga beli bahan-bahan merupakan dasar perhitungan biayanya, kecuali apabila dipergunakan biaya standart, dalam hal mana biaya standart tidak perlu berdasarkan harga beli. Yang menjadi lebih sulit adalah apabila bahan-bahan tersebut harus dihasilkan lebih dulu, hal mana biaya produksi bahan-bahan itu sendiri menjadi dasar perhitungan biaya bahan untuk proses selanjutnya.

2. Upah Langsung

Termasuk unsur biaya ini adalah semua pembebanan biaya tenaga yang langsung ikut serta dalam proses produksi.

3. Biaya tak langsung (overhead)

Unsur biaya overhead inilah yang sulit diidentifikasi, karena banyak sekali jumlah macam biaya yang harus diklasifikasikan sebagai overhead. Analisa mengenai unsur overhead ini merupakan pekerjaan yang harus dilakukan dengan teliti. Perlu dicatat, bahwa istilah biaya modal untuk pengeluaran (pembebanan) investasi sebenarnya tidak tepat, karena pembebanan untuk investasi, belum tentu merupakan biaya produksi. Apabila investasi tersebut telah ikut serta dalam proses produksi hasil akhirnya, maka penyusutan sebagai dari investasi akan merupakan unsur biaya produksi. Perlu diperhatikan bahwa disamping harga pokok produk masih terdapat pengertian Harga Pokok Total, yakni semua biaya yang dikorbankan sampai saat barang berpindah hak milik ketangan konsumen atau klien.

2.2.1 Tujuan dari Perhitungan Harga Pokok

Tujuan utama dari operasi perusahaan adalah mendapatkan laba sebesar-besarnya, diman keberhasilan operasi suatu perusahaan pada umumnya diukur dengan besarnya laba yang diperoleh pada suatu periode tertentu. Untuk mengetahui apakah suatu perusahaan mendapatkan laba atau tidak, dapat dilakukan dengan membandingkan antara total pendapatan dan total pengorbanan-perngorbanan selama suatu periode tertentu. Salah satu unsur pengorbanan ini terwujud dalam perhitungan harga pokok, karena itu jelas betapa pentingnya harga pokok itu bagi suatu perusahaan.

Tujuan perhitungan harga pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan antara lain:

1. Harga pokok sebagai dasar untuk menentukan rugi/laba.

Besarnya laba yang akan diterima oleh pengusaha/produsen dapat ditentukan berdasarkan selisih antar aharga pokok produksi dengan harga penjualan dipasar. Selisih ini belum merupakan gambaran sesungguhnya dari laba karena

masih harus dikurangi lagi dengan biaya-biaya lain diluar perhitungan harga pokok.

2. Harga Pokok sebagai dasar untuk menentukan harga penjualan.

Dalam menentukan harga penjualan dari suatu produk, dasar utama yang dipakai adalah berapa biaya produksinya, dan biaya-biaya lain hingga produk sampai ke tangan konsumen atau sampai ke pasar. Apabila harga penjualan lebih besar dari harga pokok, barang-barang ini kemungkinan akan diproduksi, tetapi apabila harga jual lebih kecil dari harga pokok, barang ini kemungkinan besar tidak akan diproduksi.

3. Harga pokok sebagai pengawasan terhadap efisiensi perusahaan.

Perhitungan harga pokok sebagai alat untuk mengawasi dan memperbesar efisiensi ditunjukan untuk mencegah dan meniadakan pemborosan-pemborosan dari bahan baku, jam kerja mesin dan sebagainya. Usaha ini menyebabkan ditetapkan sejumlah standart-standart yang diperlukan untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu dari berbagai proses produksi. Dengan kata lain dari data-data yang telah diperkirakan, pengawasan biaya tiap-tiap bagian dapat dikontrol dan ini merupakan satu peningkatan efisiensi terhadap aktivitas perusahaan.

4. Harga pokok sebagai dasar penilai neraca.

Dalam menyusun neraca, maka perlu diketahui nilai persediaan barang. Harga pokok dapat menjadi tolak ukur penentuan nilai tersebut, sehingga dapat ditentukan nilai barang jadi yang belum terjual dan diproduksi yang masih dikerjakan,

5. Harga pokok sebagai dasar untuk mengambil keputusan

Keputusan-keputusan yang dibuat oleh pimpinan bagian produksi atau management secara keseluruhan mengenai barang yang diproduksi, harga penjualannya dan lain sebagainya banyak pulan diambil berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap harga pokok dari yang bersangkutan.

2.2.2 Metode Perhitungan Harga Pokok

Sebagaimana telah dijelaskan dalam sub-sub terdahulu, maka unsur-unsur harga pokok dapat digolongkan sebagai :

1. Biaya bahan baku langsung, yakni biaya yang dipergunakan untuk memperoleh bahan baku untuk diproses, sampai terbentuknya barang jadi atau barang setengah jadi.
2. Biaya tenaga kerja atau upah langsung, yakni biaya yang secara langsung dikeluarkan atau terjadi untuk mengerjakan bahan baku menjadi barang jadi.
3. Biaya produksi tidak langsung, yakni biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya produksi yang tidak dapat secara langsung dibebankan kepada suatu unit, pekerja atau produk tertentu.

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan, yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

1. Full Costing

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Menurut LM Samryn, full costing adalah metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan overhead tanpa memperhatikan perilakunya. Pendekatan full costing yang biasa dikenal sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya di organisir dan sajikan berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi pihak luar perusahaan, oleh karena itu sistematikanya harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk menjamin informasi yang tersaji dalam laporan tersebut.

**Penentuan Harga Pokok Produksi
Dengan Pendekatan Full Costing**

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik tetap	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +	
Harga pokok produksi		xxx

2. Variable Costing

Variabel Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap dan biaya administrasi dan umum tetap). Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi seperti berikut ini:

**Penentuan Harga Pokok Produksi
Dengan Pendekatan Variabel Costing**

Harga pokok produk menurut metode variable costing terdiri dari ;

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +	
Harga pokok produk		xxx

2.2.2.1 Perbedaan Metode Full Costing dan Variable Costing

Perbedaan pokok antara metode full costing dan variabel costing sebetulnya terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Dalam metode full

costing dimasukkan unsur biaya produksi karena masih berhubungan dengan pembuatan produk berdasar tarif (budget), sehingga apabila produksi sesungguhnya berbeda dengan budgetnya maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan.

Adapun unsur biaya dalam metode full costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang sifatnya tetap maupun variabel. Sedangkan unsur biaya dalam metode variable costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang sifatnya variabel saja dan tidak termasuk biaya overhead pabrik tetap.

Akibat perbedaan tersebut mengakibatkan timbulnya perbedaan lain yaitu :

1. Dalam metode full costing, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pendekatan "fungsi". Sehingga apa yang disebut sebagai biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, baik langsung maupun tidak langsung, tetap maupun variabel. Dalam metode variabel costing, menggunakan pendekatan "tingkah laku", artinya perhitungan harga pokok dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas tingkah laku biaya. Biaya produksi dibebani biaya variabel saja, dan biaya tetap dianggap bukan biaya produksi.
2. Dalam metode full costing, biaya periode diartikan sebagai biaya yang tidak berhubungan dengan biaya produksi, dan biaya ini dikeluarkan dalam rangka mempertahankan kapasitas yang diharapkan akan dicapai perusahaan, dengan kata lain biaya periode adalah biaya operasi. Dalam metode variabel costing, yang dimaksud dengan biaya periode adalah biaya yang setiap periode harus tetap dikeluarkan atau dibebankan tanpa dipengaruhi perubahan kapasitas kegiatan. Dengan kata lain biaya periode adalah biaya tetap, baik produksi maupun operasi.
3. Menurut metode full costing, biaya overhead tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan dalam variabel costing biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periodik. Oleh karena itu saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, biaya tersebut masih melekat pada persediaan produk atau jasa. Sedangkan dalam variabel costing, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.

4. Jika biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atau jasa berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan jumlahnya berbeda dengan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya maka selisihnya dapat berupa pembebanan overhead pabrik berlebihan (*over-applied factory overhead*). Menurut metode full costing, selisih tersebut dapat diperlakukan sebagai penambah atau pengurang harga pokok yang belum laku dijual (harga pokok persediaan).
5. Dalam metode full costing, perhitungan laba rugi menggunakan istilah laba kotor (*gross profit*), yaitu kelebihan penjualan atas harga pokok penjualan.
6. Dalam variabel costing, menggunakan istilah margin kontribusi (*contribution margin*), yaitu kelebihan penjualan dari biaya-biaya variabel.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari perbedaan laba rugi dalam metode full costing dengan metode variable costing adalah :

1. Dalam metode full costing, dapat terjadi penundaan sebagian biaya overhead pabrik tetap pada periode berjalan ke periode berikutnya bila tidak semua produk pada periode yang sama.
2. Dalam metode variable costing seluruh biaya tetap overhead pabrik telah diperlakukan sebagai beban pada periode berjalan, sehingga tidak terdapat bagian biaya overhead pada tahun berjalan yang dibebankan kepada tahun berikutnya.
3. Jumlah persediaan akhir dalam metode variable costing lebih rendah dibanding metode full costing. Alasannya adalah dalam variable costing hanya biaya produksi variabel yang dapat diperhitungkan sebagai biaya produksi.
4. Laporan laba rugi full costing tidak membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, sehingga tidak cukup memadai untuk analisis hubungan biaya volume dan laba dalam rangka perencanaan dan pengendalian.

2.3 Pengertian Harga

Harga menurut Djaslim Saladin (2002:95) adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan menurut Basu Swastha dan Irawan (2005:241) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk pelayanannya).

Pendapat para ahli diatas menunjukkan bahwa uang digunakan sebagai alat untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk. Selain itu dengan harga kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli.

2.3.1 Tujuan Penetapan Harga

Setiap perusahaan bisa memutuskan dimana dia ingin menentukan tawaran pasarnya, semakin jelas tujuan perusahaan semakin mudah untuk menetapkan harga. Dengan demikian setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan dimaksudkan untuk memperlancar jalannya pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Demikian pula dengan pelaksanaan penetapan harga yang dilaksanakan oleh perusahaan, walau demikian penetapan harga yang dilaksanakan oleh perusahaan bukanlah merupakan tujuan perusahaan yang sebenarnya tapi penetapan harga ini merupakan salah satu sarana dalam pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2002:152) mengemukakan strategi dari tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yaitu tingkat laba sesuai atau pantas sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang bias digunakan, yaitu target margin dan target ROI (return On Investment). Target margin merupakan target laba suatu produk yang nyatakan sebagai persentase yang mencerminkan rasio laba terhadap penjualan. Sedangkan ROI merupakan target laba suatu produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap investasi total yang dilakukan perusahaan dalam fasilitas produk dan asset yang mendukung produk tersebut.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*) misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industry

5. Tujuan-tujuan Lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi juga dapat menetapkan tujuan harga yang berbeda.

Tujuan penetapan harga diatas memiliki implikasi penting terhadap strategi persaingan perusahaan, tujuan yang ditetapkan harus konsisten terhadap cara yang ditempuh perusahaan dalam menentukan posisi latifnya dalam persaingan. Tiap perusahaan bebas dalam menentukan tujuan penetapan

2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga

Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi didalam pengambilan keputusan harga, seperti yang dikatakan oleh Philip Kotler (2000:520) yaitu:

1. Faktor Intern

a. Sasaran Pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan harus menetapkan yang ingin dicapai terhadap produk tertentu. Jika perusahaan telah memilih pasar sasarannya dan telah menentukan posisi pasarnya dengan cermat maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga langsung menyusul.

Semakin jelas perusahaan menetapkan sasarannya akan semakin mudahlah menetapkan harga produksinya.

b. Strategi Marketing Mix

Harga merupakan salah satu sasaran bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Keputusan mengenai harga harus di koordinasikan dengan keputusan mengenai desain, dan promosi produk untuk membentuk sebuah program pemasaran yang konsisten secara efektif.

c. Biaya

Biaya merupakan lantainya harga yang dapat ditetapkan usaha untuk produk-produknya. Perusahaan tentu ingin menetapkan suatu harga yang dapat menutup semua biaya dalam memproduksi, mendistribusikan dan menjual produk tersebut termasuk tingkat laba yang wajar dan segala upaya dan resiko yang dihadapi.

d. Organisasi Penetapan Harga

Manajemen harus menetapkan siapa dalam organisasi yang bersangkutan bertanggung jawab atas penetapan harga. Perusahaan menangani penetapan harga dengan berbagai cara, pada perusahaan sering kali harga ditetapkan oleh manajemen puncak bukan oleh manajemen pemasaran atau bagian penjualan. Pada perusahaan besar biasanya ditangani oleh manajer lini produk.

2. Faktor Ekstern

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Para konsumen maupun pembeli industrial membandingkan harga suatu produk atau produk dengan manfaat yang dimilikinya, oleh karenanya sebelum menetapkan harga perusahaan hendaknya memahami hubungan antara harga dan permintaan produk, disamping harus mengetahui yang dihadapi apakah termasuk persaingan sempurna, monopoli, oligopoly.

b. Persaingan

Konsumen mengevaluasi harga serta nilai produk-produk yang termasuk sama juga strategi penetapan harga perusahaan dapat mempengaruhi

sifat persaingan yang dihadapinya. Suatu strategi harga tinggi, laba tinggi dapat memancing persaingan, sebaiknya suatu harga rendah, laba rendah dapat melemahkan para pesaing atau mengeluarkan mereka dari pasar.

c. Faktor Lingkungan

Faktor lain yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga yaitu faktor kondisi ekonomi yang berdampak luar biasa terhadap keefektifan strategi penetapan harga, juga faktor kebijakan dan peraturan pemerintah serta aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

2.3.3 Metode Penetapan Harga Produk

Menetapkan harga suatu produk diperlukan metode penetapan harga yang dianggap baik cocok dibawah ini dikemukakan menurut Fandy Tjiptono (2002:152) yaitu :

1. Metode harga berbasis permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan prefensi pelanggan daripada faktor-faktor yang lain. Metode ini dibagi menjadi :

a. *Skimming Pricing*

Strategi ini ditetapkan dengan jalan menetapkan harga bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat.

b. *Penetration Pricing*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memperkenalkan produk baru dengan harga rendah dengan harapan akan memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relative singkat.

c. *Prestige Pricing*

Merupakan strategi penetapan tingkat harga yang tinggi sehingga konsumen yang sangat peduli pada statusnya akan tertarik dengan produk dan kemudian akan membelinya. Produk-produk yang sering dikaitkan dengan *prestige pricing* antara lain.

d. *Odd-Event Pricing*

Metode ini menetapkan harga yang besar mendekati jumlah

genap tertentu, masih banyak kelompok konsumen menganggap bahwa harga Rp 9.975,00 masih dibawah Rp 10.000,00 artinya bila dibayar dengan Rp 10.000,00 masih ada kembaliannya.

e. *Demand-Backward Pricing*

Perusahaan kadang kala memperkirakan suatu tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen untuk produk-produk yang relatif mahal. Dengan cara perusahaan yang bersangkutan menentukan margin yang harus dibayar setelah itu barulah harga jualnya dapat ditentukan, jadi proses ini berjalan kebelakang.

f. *Price Lining*

Price Lining digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis. Harga untuk lining produk tersebut bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.

g. *Bundle Pricing*

Strategi pemasaran dua atau lebih produk dalam satu paket. Misalnya travel agency menawarkan paket liburan yang mencakup transportasi, akomodasi dan konsumsi.

2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Metode ini menentukan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, overhead dan laba. Metode ini dibagi menjadi :

a. *Standard Mark-Up Pricing*

Harga ditentukan dengan jalan menambah presentase tertentu dari biaya dari semua item dalam suatu kelas produk, biasanya di supermarket dan toko-toko eceran.

b. *Cost Plus Percentage of Cost Pricing*

Dalam metode ini perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi dan konstruksi.

c. *Cost Plus Fixed Fee Pricing*

Metode ini diterapkan dalam produk yang sifatnya sangat teknis, seperti mobil, pesawat, atau satelit. Dalam strategi ini pemasok atau produsen akan mendapatkan ganti atas semua biaya dikeluarkan sebarang besarnya.

d. *Experience Curve Pricing*

Metode ini dikembangkan atas dasar konsep efek belajar yang menyatakan bahwa unit cost barang dan jasa akan menurun antara 10 hingga 30% untuk setiap peningkatan sebesar kali lipat pada pengalaman perusahaan dalam memproduksi dan menjual barang atau jasa tersebut. Pengalaman perusahaan tersebut dinyatakan dalam volume produksi dan penjualan.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya, upaya ini dilakukan atas dasar target volume harga yang dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan. Dibagi dalam :

a. *Target Profit Pricing*

Umumnya berupa ketetapan atas besarnya laba tahunan.

b. *Target Return On Sales Pricing*

Perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan laba dalam presentase tertentu terhadap volume penjualan. Biasanya metode ini digunakan oleh jaringan-jaringan supermarket.

c. *Target Return On Investment Pricing*

Dalam metode ini menetapkan besarnya suatu target ROI. Kemudian harga ditentukan untuk mencapai target ROI tersebut.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

a. *Customary Pricing*

Ini digunakan untuk produk-produk yang harganya ditentukan oleh faktor-faktor seperti tradisi, saluran distribusi yang standarisasi atau faktor persaingan lainnya. Penetapan harga yang dilakukan berpegang teguh pada tingkat harga tradisional. Perusahaan berusaha untuk tidak merubah harga diluar batas-batas yang diterima. Untuk itu perusahaan menyesuaikan ukuran dan isi produk guna mempertahankan harga.

b. *Above, At Or Below Market Pricing*

Above-market pricing dilaksanakan dengan jalan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga. *At- market pricing*, harga ditetapkan sebesar harga pasar, yang seringkali dikait dengan harga pesaing. *Below- market pricing* yang harganya ditetapkan dibawah harga pasar.

c. *Loss Leader Pricing*

Kadangkala untuk keperluan promosi khusus, ada perusahaan yang menjual harga suatu produk dibawah biayanya. Tujuannya bukan untuk meningkatkan penjualan produk yang bersangkutan, tetapi untuk menarik konsumen supaya ke toko dan membeli pula produk-produk yang bermark-up cukup tinggi.

d. *Sealed Bid Pricing*

Metode ini menggunakan sistem penawaran harga dan biasanya melibatkan agen pembelian.

2.4 Penetapan Harga Jual

2.4.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2001:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.4.1.1 Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Strategi secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

1. Faktor Internal Perusahaan

- a. Tujuan Pemasaran Perusahaan Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan

dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain.

- b. Strategi Bauran Pemasaran Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.
- c. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
- d. Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

- Jumlah perusahaan dalam industri
- Ukuran relatif setiap anggota dalam industry
- Diferensiasi produk
- Kemudahan untuk memasuki industri tersebut.\

c. Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya.

Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan Pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

2.4.1.2 Metode Penentuan Harga Jual Produk

a. Penentuan Harga Jual Normal (Normal Pricing)

- *Cost-Plus Pricing*

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akandatang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Sumber : Mulyadi, 1993

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

- Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk.

Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual per unit} = \text{Total Biaya yang berhubungan} + \text{persentase mark up langsung}$$

Sumber : Mulyadi, 1993

Presentase markup dihitung dengan rumus :

$$\text{Presentase markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Sumber : Mulyadi, 1993

- b. Harga yang Berdasarkan pada Keseimbangan antara Permintaan dan Penawaran

Metode ini paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga – harganya memaksimalkan laba. Dalam menentukan harga perlu dipertimbangkan tentang biaya biaya:

- Total Biaya Tetap (*Total Fixed cost*)
- Biaya Variable (*Variable cost*)
- Biaya total (*Total cost*)

- c. Penetapan Harga yang Ditetapkan atas Dasar Kekuatan Pasar

Penetapan harga yang didasarkan pada kekuatan pasar adalah metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar dimana harga

jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing , diatas harga pesaing atau dibawah harga pesaing.

d. Penetapan harga jual sama dengan pesaing

Penetapan harga jual memang lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga pesaing itu tinggi . Dan penetapan harga yang demikian pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang – barang standar.

e. Penetapan harga di bawah pesaing

Penetapan harga seperti ini biasanya dipakai oleh para pengecer dan seringkali produsen tidak mengetahui adanya praktek demikian. Para pengecer umumnya berpendapat bahwa *mark up* (keuntungan) yang lebih rendah akan menghasilkan volume penjualan yang tinggi . Metode ini merupakan metode terbaik bagi perusahaan untuk memasuk pasar baru sehingga dengan demikian banyak pengecer mengarahkan cara ini khusus untuk barang – barang yang permintaanya elastis.

f. Penetapan harga di atas pesaing

Seringkali produsen dan pengecer menetapkan harga produknya diatas tingkat harga pasar. Penetapan harga demikian memang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang memiliki barang – barang prestise . Hal ini dilator belakangnya suatu pertimbangan bahwa seringkali konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya , tetapi konsumen lebih mengutamakan kualitas / *factor prestise* yang akan diperoleh dari barang tersebut.

2.5 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan (Manahan:2005) digunakan untuk berbagai macam tujuan. Setiap penggunaan yang berbeda membutuhkan informasi yang berbeda pula. Informasi yang didasarkan pada analisis keuangan mencangkup penilaian keadaan, keuangan korporasi, baik yang telah terlampau, saat sekarang dan ekspektasi kepada masa yang akan datang. Tujuan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi setiap kelemahan dari keadaan keuangan yang dapat menimbulkan masalah di masa depan dan menentukan setiap kekuatan yang dapat digunakan.

2.5.1 Jenis-jenis Laporan Keuangan

1) Neraca (*Balance Sheets*)

Menurut Keown, et. al (1996, hal 87) Neraca adalah suatu bagian dari laporan keuangan yang menunjukkan keadaan dari suatu unit usaha pada tanggal tertentu yang terdiri atas dua bagian yaitu aktiva dan pasiva. Aktiva dapat dikategorikan sebagai investasi yang dilakukan dalam perusahaan sedangkan pasiva merupakan sumber-sumber yang digunakan untuk investasi tersebut dan jumlah kedua bagian ini harus sama.”

Tabel 2.5.1 Contoh Neraca (*Balance Sheet*)

(dalam Rp)

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Aktiva Lancar		
Kas	2.550	2.380
Surat berharga	0.500	0.500
Piutang	14.450	17.000
Persediaan barang	19.210	20.400
Total Aktiva Lancar	36.210,5	39.780,5
Aktiva Tetap		
Tanah	3.400	3.400
Gedung dan mesin	19.040	20.910
Penyusutan gedung dan mesin	(11.560)	(12.410)
Total Aktiva Tetap	7.480	8.500
Total Aktiva	43.690,5	48.280,5
Utang Lancar		
Utang dagang	5.440	5.100
Wesel bayar	1.530	5.780

Gaji yang akan dibayar	6.460	5.270
Utang lain - lain	0.850	0.850
Total Utang Lancar	13.430,85	16.150,85
Modal		
Modal saham	15.828,8	16.064,65
Laba ditahan	14.430,85	16.065
Total Modal	30.259,65	32.129,65
Total Utang dan Modal	43.690,5	48.280,5

Sumber : Manahan, 2005

2) Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2007, hal 19) Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang mengukur kinerja keuangan sebuah perusahaan di antara tanggal neraca. Laporan ini merepresentasikan kegiatan operasional perusahaan. Laporan laba rugi menyediakan informasi secara menyeluruh mengenai pendapatan, biaya, laba dan rugi perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu.

Tabel 2.5.2 Contoh Laporan Laba Rugi

(dalam Rp)

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Penjualan	81.600	86.700
Harga Pokok Penjualan	(60.790)	(64.600)
Laba Kotor	20.810	22.100
Biaya Penjualan	(4.900)	(5.100)
Biaya Penyusutan	(800)	(850)
Biaya Administrasi dan Umum	(9.200)	(9.350)
Laba Oprasi Bersih	5.910	6.800
Biaya Bunga	-	-
Pendapatan Sebelum Pajak	5.910	6.800
Pajak Pendapatan	591	680

Laba Bersih	5.319	6.120
--------------------	--------------	--------------

Sumber : Manahan, 2005

2.5.2 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Menurut Soemarso (2006:430) analisis laporan keuangan (financial statement analysis) adalah hubungan antara suatu angka dalam laporan keuangan dengan angka lain yang mempunyai makna atau dapat menjelaskan arah perubahan (trend) suatu fenomena. Menganalisis laporan keuangan, berarti melakukan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing unsur tersebut, dan menelaah hubungan antara unsur-unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan keuangan tersebut.

Untuk membantu pembaca dalam menafsirkan data bisnis, laporan keuangan biasanya disajikan dalam bentuk komparatif. Menurut Simamora (2003:15) laporan komparatif adalah laporan keuangan yang disajikan berdampingan untuk dua tahun atau lebih. Melalui laporan keuangan akan dapat dinilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, struktur modal perusahaan, distribusi aktivitya, keefektifan penggunaan aktiva, hasil usaha/ pendapatan yang telah dicapai, beban-beban tetap yang harus dibayar, serta nilai-nilai buku tiap lembar saham perusahaan yang bersangkutan.

2.5.2.1 Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan bertujuan untuk mengetahui apakah keadaan keuangan, hasil usaha kemajuan keuangan perusahaan memuaskan atau tidak memuaskan. Analisis dilakukan dengan mengukur hubungan antar unsur-unsur laporan keuangan dan bagaimana perubahan unsur-unsur itu dari tahun ke tahun dan untuk mengetahui arah perkembangannya.

Tujuan dan manfaat analisis laporan keuangan berdasarkan pada kepentingan para pemakai laporan yaitu :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal , maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode.

2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki.
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan kedepan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal.
6. Dapat juga digunakan sebagai pembandingan dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

Analisis yang dilakukan terhadap neraca dan laporan laba rugi merupakan penelaahan hubungan-hubungan dan tendensi atau kecenderungan untuk menentukan posisi keuangan dan hasil operasi serta perkembangan perusahaan yang bersangkutan. Metode dan teknis analisis (alat-alat analisis) yang digunakan untuk mengukur hubungan antara pos-pos yang ada dalam laporan sehingga dapat diketahui perubahan-perubahan dari setiap pos tersebut dengan membandingkannya dengan periode yang lalu atau membandingkannya dengan alat-alat pembandingan yang lain seperti neraca dan laporan laba rugi yang dibudgetkan ataupun dengan laporan keuangan perusahaan lain yang sejenis.

2.5.2.2 Teknik Analisis Laporan Keuangan

Sebelum melakukan Analisis Laporan Keuangan, diperlukan langkah-langkah atau prosedur tertentu. Langkah atau prosedur ini diperlukan agar urutan proses analisis mudah untuk dilakukan. Adapun langkah atau prosedur yang dilakukan dalam analisis keuangan adalah :

1. Mengumpulkan data keuangan dan data pendukung yang diperlukan selengkap mungkin, baik untuk satu periode maupun beberapa periode.
2. Melakukan pengukuran-pengukuran atau perhitungan-perhitungan dengan rumus-rumus tertentu, sesuai standar yang biasa digunakan secara cermat dan teliti sehingga hasil yang diperoleh benar-benar tepat.
3. Melakukan perhitungan dengan memasukkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan secara cermat.

4. Memberikan interpretasi terhadap hasil perhitungan dan pengukuran yang telah dibuat.
5. Membuat laporan tentang posisi keuangan perusahaan.
6. Memberikan rekomendasi yang dibutuhkan sehubungan dengan hasil analisis tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan dalam tahap penyelesaian masalah. Dimana dimulai dari langkah pengumpulan data yang berhubungan dengan topik penelitian dengan judul “EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PO. ENNY BAKERY & CAKE di Depok”.

3.1 Jenis Data yang dibutuhkan

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah biaya harga pokok produksi yang menjadi fokus dalam pembuatan roti dan kue pada usaha PO. Enny Bakery and Cake untuk mengalokasikan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik secara tepat dan akurat.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah produk kue dari usaha PO. Enny Bakery and Cake. Lokasinya berada di Jalan Nusantara Raya No: 294, Pancoran Mas, Depok.

3.1.3 Jenis Data

Dalam pelaksanaan penelitian, jenis data yang digunakan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

- Data kualitatif

Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti sejarah perusahaan, bidang usaha, dan tata kerja pada perusahaan.

- Data Kuantitatif

Data kuantitatif yang disajikan dalam penulisan tugas akhir ini adalah seperti jumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan laporan laba rugi.

3.1.4 Sumber Data

- Data primer adalah jenis data yang sumber datanya diperoleh secara langsung dari laporan keuangan perusahaan, maupun didapat dari objek penelitian seperti pimpinan perusahaan dan melalui pendekatan dengan melakukan wawancara, yaitu dengan karyawan pada perusahaan.

- Data sekunder adalah jenis data yang sumber datanya diperoleh dari sumber-sumber yang terkait yaitu pada literatur-literatur, buku-buku referensi maupun tulisan-tulisan ilmiah yang berhubungan dengan objek yang diteliti seperti teori-teori tentang metode pada akuntansi.

3.2 Metode pengumpulan data

Pengumpulan data yang diperlukan dilakukan dengan melakukan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun metode yang dipakai adalah sebagai berikut:

- Wawancara (*Interview*)

Interview atau wawancara yaitu melakukan tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PO. Enny Bakery & Cake

- Observasi (*observation*)

Melakukan pengamatan tentang proses produksi serta mencatat informasi yang diperlakukan.

- Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian Kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data sekunder, dengan mencari atau membaca dan mempelajari berbagai kepustakaan atau referensi dari literatur, mengumpulkan petikan-petikan dari berbagai buku, majalah dan sumber lainnya dalam menganalisa permasalahan. Selain melalui buku dan literatur lainnya, penulis juga mencari referensi melalui media internet. Hal ini dilakukan dengan maksud agar dalam pemecahan masalah dapat didukung dengan teori-teori yang telah ada.

3.3 Metode pengolahan dan analisis Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh ke dalam rincian biaya bahan baku , biaya tenaga kerja langsung , biaya bahan penolong , biaya overhead pabrik dan laopran keuangan (laporan laba/ rugi) melalui Microsoft Excel dan untuk perhitungan alokasi biaya overhead pabrik produk , penetapan harga jual melalui perhitungan manual.

3.4 Teknis Analisis

Dalam penelitian ini proses yang digunakan oleh penulis yaitu :

1. Mengumpulkan dan menghitung biaya tentang biaya produksi dalam periode penelitian, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
2. Menghitung biaya produksi selama periode penelitian, dengan metode full costing , Adapun rumus yaitu:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx +</u>
Harga pokok produksi	xxx

3. Menentukan harga jual per unit , dengan rumus :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

4. Menghitung biaya non produksi meliputi biaya pemasaran , biaya umum dan administrasi
5. Membuat Laporan Laba Rugi dengan harga jual yang telah dihitung oleh penulis.
6. Membuat Laporan Laba Rugi dengan harga jual yang telah dihitung oleh penulis dengan metode *Cost Plus Pricing*

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PO. Enny Bakery & Cake berdiri pada tahun 1999 yang didirikan oleh Ibu Enny Dayalti. Ibu Enny adalah ibu rumah tangga nan sederhana yang mempunyai suami seorang Pegawai Negeri Sipil. Sebelum Ibu Enny bertempat tinggal di Depok dan membuka usaha toko roti, Beliau mengikuti suami tinggal di Bengkulu. Pada saat itu beliau memiliki usaha Rumah Makan Padang.

Setelah beberapa tahun, Ibu Enny dengan berat hati meninggalkan usaha Rumah Makan Padang-nya karena suami beliau dipindahtugaskan ke Depok dan akhirnya menetap sampai saat ini. Pada saat itu beliau menjadi pengangguran karena tidak memiliki pekerjaan karena tidak hanya ingin berdiam diri dan dikaruniai bakat memasak, beliau memutuskan untuk membuat dan berjualan kue. Beliau menjual kue –kuenya yang dititipkan di pasar dan warung – warung terdekat. Walaupun berjualan melalui perantara tetapi kue – kue yang dijual Ibu Enny laku terjual.

Setiap usaha yang baik pasti akan ada rintangan yang menghadang. Usaha Ibu Enny tidak berjalan dengan baik. Beliau memiliki masalah dengan salah satu pedagang tempat beliau menitipkan kue – kuenya. Pedagang tersebut mengabaikan kue – kue yang dititipkan Ibu Enny yang tidak di display di etalase yang akhirnya para konsumen tidak dapat mengetahui kue tersebut dijual akhirnya lama kelamaan karena kue tersebut ada masa berlakunya dan menjadi basi yang akhirnya tidak bias di konsumsi dan juga tidap dapat dijual.

Pada akhirnya beliau memberanikan diri untuk menyewa kios untuk memproduksi dan menjual produknya sendiri. Hanya bermodal oven kecil dan satu karyawan yang ditugaskan untuk berkeliling memasarkan produk. Semakin hari penjualan di toko Enny Bakery & Cake meningkat sampai akhirnya Ibu Enny memilki beberapa karyawan dan sudah memiliki mesin dan peralatan yang memadai.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

“Senantiasa berkomitmen Menjadi Perusahaan kue yang Unggul dengan kualitas cita rasanya”

MISI

- Mengembangkan Varian produk roti dan kue
- Menggunakan bahan-bahan dan mesin berkualitas serta menghasilkan produk dengan memperhatikan kesehatan, citarasa, dan keindahan demi kepuasan konsumen.
- Menambah sumber daya manusia yang berkualitas demi meningkatkan kualitas produk

4.1.3 Profil Perusahaan

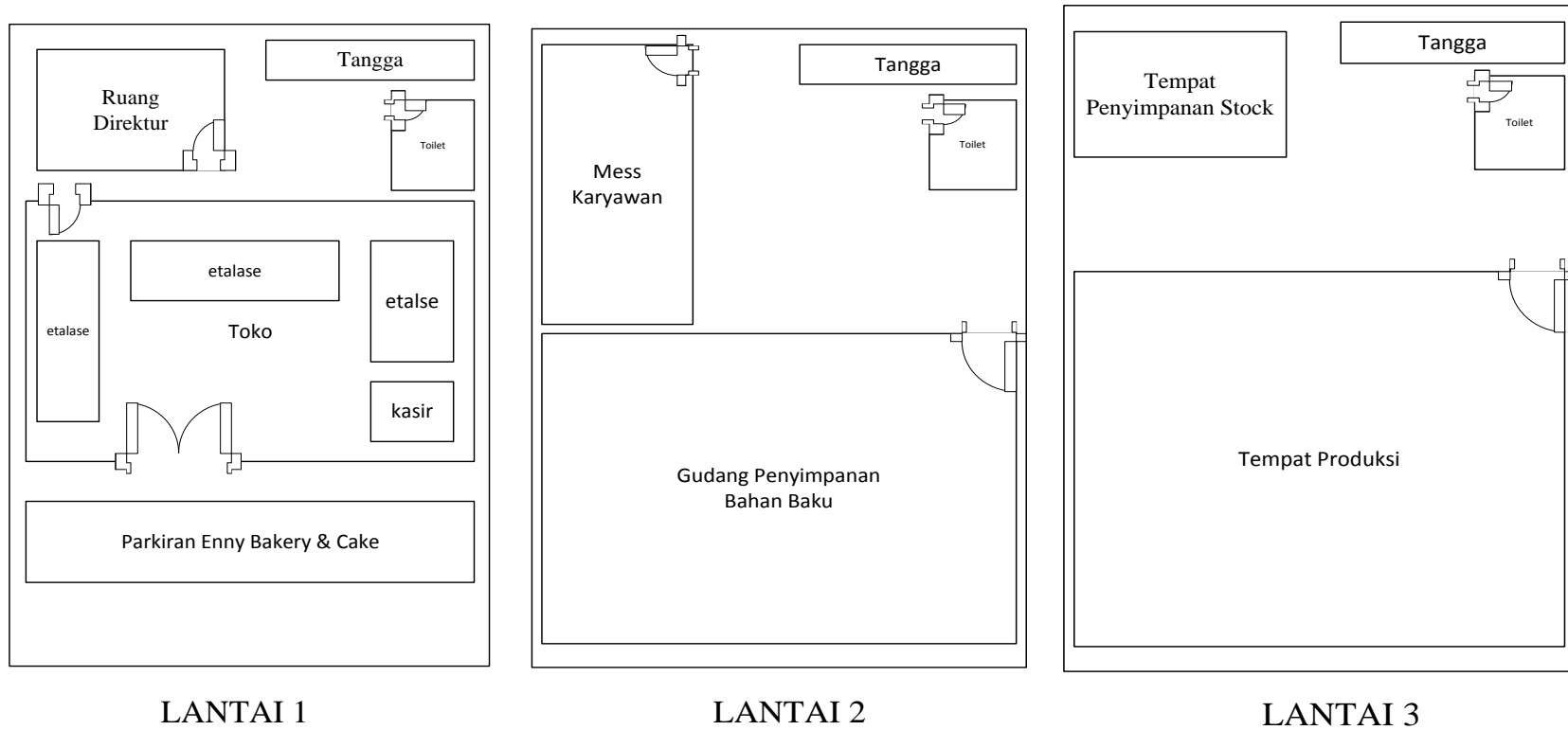
Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi rotin dan kue pada tahun 1999 dan didirikan oleh Ibu Enny Dayalti. Bahan dasar yang digunakan dalam membuat roti dan kue ini adalah khususnya tepung terigu yang didapatkan dari para suplier. Adapun profile usaha lebih rinci adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PO. ENNY BAKERY & CAKE
Nama Pemilik IKM	: Enny Dayalti
Jabatan	: Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	: Bakery & cake
Alamat Usaha	: Jalan Nusantara Raya No: 294, Pancoran Mas, Depok
Luas Perusahaan	: 110 m ²
Telepon	: 021-7776065 / 021-7757921
Mulai Berdiri	: Tahun 1999
Jumlah Tenaga Kerja	: 11 karyawan

No.SIUP : 00561/10-27/PK/VIII/2011
No.TDP : 10.27.5.52.02366
No.NPWP : 35.203.018.3-412.000
Email : enidayalti@yahoo.co.id
Blog : www.ennybakeryandcake.com

4.1.4 Layout PO. Enny Bakery & Cake

Gambar 3.21 Layout PO. Enny Bakery & Cake



4.2 Aspek Produksi

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia. Orang atau badan yang mengolah menciptakan dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen.

4.2.1 Jenis Produksi

1. Produk Enny Bakery & Cake

Kue Bolu Marmer



Gambar 4. Kue Bolu Marmer

4.2.2 Harga Jual Kue

Harga jual per unit kue PO. Enny Bakery & Cake sebagai berikut :

Tabel 4.1 Harga Kue Tahun 2013-2014

Keterangan	Harga Jual	
	Kue Bolu Marmer	
Tahun 2013	Rp	56.000
Tahun 2014	Rp	57.000

Sumber : PO. Enny

Bakery & Cake

4.2.3 Kebutuhan Bahan Baku dan Penolong

Bahan baku sangat penting dalam menunjang kegiatan dalam proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk

atau komposisi produk jadi baik secara kuantitas maupun kualitas serta harga jual produk. Pemakaian jenis-jenis bahan ini tergantung jenis-jenis kue dan roti yang akan diproduksi. Dalam proses produksi PO. Enny Bakery & Cake menggunakan bahan baku utama dan bahan baku penolong yaitu:

Bahan Baku Utama:

- Tepung Terigu
- Telur
- Gula Putih
- Margarin
- Baking soda
- Cokelat Bubuk

Tabel 4.2 Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2013-2014

No	Bahan Baku Utama	2013			2014		
		Kebutuhan Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya Bahan Baku	Kebutuhan Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya Bahan Baku
1	Tepung Terigu	3.456 kg	Rp. 8.000/kg	Rp 27,648,000	3.996 kg	Rp. 9000/kg	Rp 35,964,000
2	Telur	180 peti	Rp. 210.000/kg	Rp 37,800,000	211 peti	Rp.225.000/peti	Rp 47,475,000
3	Gula Putih	2.304 kg	Rp. 10.000/kg	Rp 23,040,000	2.664 kg	Rp. 11.700/kg	Rp 31,168,800
4	Margarin	2.304 kg	Rp. 44.500/kg	Rp 102,528,000	2.664 kg	Rp. 46.700/ kg	Rp124,408,800
5	Coklat Bubuk	230 kg	Rp. 5.000/kg	Rp 1,150,000	266 kg	Rp. 6.000/kg	Rp 1,596,000
6	Baking Soda	1,44 kg	Rp. 15.000/kg	Rp 21,600	1,66 kg	Rp. 16.500/kg	Rp 27,390
Total Biaya Bahan Baku				Rp 192,187,600			Rp 240,639,990

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

❖ Pembelian Bahan Baku Tahun 2013

a. Tepung Terigu :

- Untuk 32 unit = 9,6 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 9,6 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 3.456 kg

b. Telur

- Untuk 32 unit = 7,5 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 7,5 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 2.700 kg atau 180peti
(1 peti = 15 kg)

c. Gula Putih

- Untuk 32 unit = 6,4 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 6,4 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 2.304 kg

d. Margarin

- Untuk 32 unit = 6,4 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 6,4 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 2.304 kg

e. Coklat Bubuk

- Untuk 32 unit = 0,64 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 0,64 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 230 kg

f. Baking Soda

- Untuk 32 unit = 0,256 kg
- Jumlah unit produksi 11.520 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{11.520 \text{ unit} \times 0,256 \text{ kg}}{32 \text{ unit}}$
= 1,44 kg

❖ Pembelian Bahan Baku Tahun 2014

a. Tepung Terigu :

- Untuk 37 unit = 11,1 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 11,1 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 3.996kg

b. Telur

- Untuk 37 unit = 8,7 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 8,7 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 3.132 kg atau 211peti
(1 peti = 15 kg)

c. Gula Putih

- Untuk 37 unit = 7,4 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 7,4 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 2.664 kg

d. Margarin

- Untuk 37 unit = 7,4 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 7,4 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 2.664 kg

e. Coklat Bubuk

- Untuk 37 unit = 0,74 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 0,74 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 266 kg

f. Baking Soda

- Untuk 37 unit = 0,296 kg
- Jumlah unit produksi 13.320 unit = x
- Tepung Terigu yang dibutuhkan = $\frac{13.320 \text{ unit} \times 0,296 \text{ kg}}{37 \text{ unit}}$
= 1,66 kg

Bahan Baku Penolong:

- Choco Chip

Tabel 4.3 Kebutuhan Bahan Penolong Tahun 2013- 2014

Bahan Penolong 2013				
No	Bahan	Penggunaan per tahun	Harga satuan	Jumlah
1	Choco Chip	25 kg	Rp 42,000	Rp 1,050,000
Jumlah Biaya Bahan Penolong 2013				Rp 1,050,000

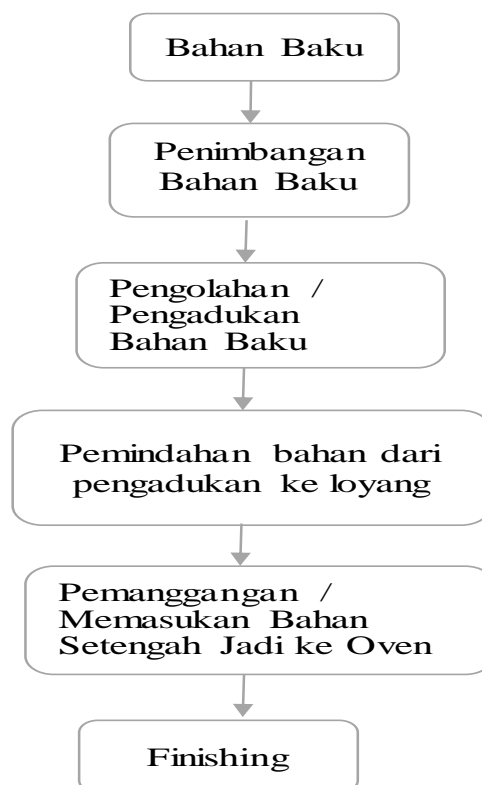
Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

Bahan Baku Penolong 2014				
No	Bahan	Penggunaan per tahun	Harga satuan	Jumlah
1	Choco Chip	32 kg	Rp 45,000	Rp 1,440,000
Jumlah Biaya Bahan Penolong 2014				Rp 1.440.000

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

4.2.4 Proses Produksi

Proses Produksi adalah proses perubahan masukan menjadi keluaran. Pada PO. Enny Bakery & Cake sendiri proses produksi yang terjadi saat ini hanya memproduksi roti dan kue saja. Terdapat beberapa macam jenis namun akur proses produksi yang gunakan yaitu sama. Adapun proses proses produksi yang di lakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Alur Proses Produksi

a. Bahan Baku

Bahan Baku merupakan penyiapan dari persediaan bahan dasar atau bahan mentah yang baru memasuki tahap awal produksi. Untuk memperlancar kegiatan produksi perlu adanya persediaan bahan baku yang cukup. Di Enny Bakery & Cake sendiri bahan baku cukup tersedia untuk memenuhi kebutuhan pada saat proses produksi. Ini karena bahan baku mudah didapat yaitu dengan adanya supplier atau pemasok yang mengantarkan bahan baku tersebut.

b. Penimbangan Bahan Baku

Proses ini merupakan tahap yang penting dimana bahan-bahan yang telah disediakan di timbang menurut resep yang ada agar rasa dan teksturnya sesuai dengan apa yang diinginkan.

c. Pengolahan / pengadukan Bahan Baku

Tahap ini merupakan tahap dimana bahan-bahan yang sudah disediakan tadi dicampur dan diaduk menjadi satu, tapi dalam pengadukan ini menggunakan mixer yaitu sebuah alat yang otomatis mengaduk sendiri tanpa dilakukan secara manual.

d. Pemindahan bahan baku dari pengadukan ke Loyang

Tahap ini merupakan pencetakan dimana seperti kue marmer, harus di pindahkan ke dalam Loyang untuk proses pencetakan. untuk nantinya di masukan ke oven.

Loyang yang biasanya digunakan untuk kue biasanya berbentuk bulat dan pinggirnya tingginya mencapai 10 cm.

e. Pemanggangan

Proses ini merupakan proses dimana adonan yang sudah di taruh di loyang dimasukan ke dalam oven untuk proses pembakaran. Bisanya untuk kue proses ini berlangsung selama \pm 45 menit dengan suhu masing 100°C

f. Finishing

Tahapan akhir ini merupakan tahapan pembungkusan dimana masing-masing produk dimasukan kedalam kemasan sesuai ukuran kue.

Proses ini dilakukan manual oleh para karyawan dimana agar lebih mudah mengontrol produk tersebut agar tidak terkena kotoran ataupun binatang kecil.

4.2.5 Mesin dan Peralatan

Berikut daftar Mesin dan peralatan yang digunakan perusahaan untuk memproduksi kue di perusahaan PO. Enny Bakery & Cake, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 4.4 Data mesin dalam produksi

Nama Mesin	Jumlah
- Oven Ramesia	3 unit
- Mixer	3 unit

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

Tabel 4.5 Data peralatan dalam proses produksi

Nama Peralatan	Jumlah
- Loyang	75 unit
- Kompor	2 unit
- Box	5 unit
- Timbangan	4 unit

- Nampan	1 Lusin
- Pisau	5 unit
- Pengaduk Selai	5 unit
- Meja Stainless	3 unit
- Showcase	2 unit

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

4.2.6 Biaya Produksi

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan operasi meliputi tiga komponen, yaitu :

1. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong

untuk membuat kue, perusahaan ini memerlukan bahan baku utama yaitu tepung terigu, telur, margarin, gula pasir, baking soda, dan coklat bubuk. Bahan penolong juga diperlukan untuk mempercantik tampilan kue sebagai taburan di atasnya yaitu choco chip.

2. Biaya Tenaga kerja langsung

Biaya yang dikeluarkan perusahaan selama periode 2013 dan 2014 sebagai berikut :

Tabel 4.6 Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013-2014

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Biaya Gaji per bulan	Total Biaya Gaji per tahun
1	Produksi	8	Rp2,400,000	Rp 19.200,000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp 230,400,000

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Biaya Gaji per bulan	Total Biaya Gaji per tahun
1	Produksi	8	Rp2,700,000	Rp. 21,600,000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp 259.200.000

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam merubah bahan baku menjadi produk jadi.

Tabel 4.7 Biaya Overhead Pabrik Tahun 2013- 2014

Tahun 2013	
BOP :	
a. Biaya Bahan penolong	Rp 1,050,000
b. Biaya pemeliharaan	Rp 3,000,000
c. Biaya Listrik dan Telpon Pabrik	Rp 34,800,000
d. Biaya Penyusutan	
Mesin dan Peralatan	Rp 16,413,000
Kendaraan	Rp 500,000
Inventaris Kantor	Rp 2,057,800
e. Biaya Gas	Rp 17,280,000
Total BOP	Rp 75,100,600
Tahun 2014	
BOP :	
a. Biaya Bahan penolong	Rp 1,440,000
b. Biaya pemeliharaan	Rp 3,000,000
c. Biaya Listrik dan Telpon Pabrik	Rp 39,600,000
d. Biaya Penyusutan	
Mesin dan Peralatan	Rp 16,413,000
Kendaraan	Rp 500,000
Inventaris Kantor	Rp 2,057,800
e. Biaya Gas	Rp 20,100,000
Total BOP	Rp 83,110,000

Sumber: PO. Enny Bakery & Cake

4.3 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli.

a. Produk yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan oleh PO. Enny Bakery and Cake adalah kue bolu marmer.

b. Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran PO. Enny Bakery & Cake sampai saat ini sudah mencapai seluruh wilayah Depok dan Jakarta Selatan.

c. Segmentasi Pasar

Dalam hal ini segmen pasar yang akan dituju oleh PO. Enny Bakery & Cake dalam menjual produknya adalah masyarakat (konsumen/pelanggan) berjenis kelamin pria maupun wanita, usia anak-anak hingga lansia dari kelas menengah ke bawah sampai menengah atas. Ini dibuktikan dengan fokus PO. Enny Bakery & Cake yang menjual produk tersebut yang dapat dinikmati oleh semua kalangan.

d. Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik.

Berikut adalah jenis saluran distribusi yang digunakan PO. Enny Bakery & Cake dalam memasarkan produknya:

Produsen → Konsumen

- Bentuk saluran ini paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung kekonsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

4.3.1 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk proses pemasaran. Fungsi – fungsi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah :

a. **Penjualan**

Proses penjualan yang dilakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake adalah dengan menjual produknya di rumahnya sendiri yang juga sebagai tempat proses produksi tersebut. Selain itu PO. Enny Bakery & Cake juga memproduksi kue jika ada konsumen

yang memesan dalam jumlah besar.. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperluas pasar dari produk yang PO. Enny Bakery & Cake produksi.

b. Periklanan/Promosi

Promosi atau periklanan merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan dilakukannya periklanan atau promosi distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Selain itu dapat memberi dan menyampaikan informasi tentang barang dan jasa dengan jalan mengadakan komunikasi yang bersifat persuasif. Kegiatan ini merupakan salah satu unsur yang penting bagi perusahaan.

Promosi / periklanan yang dilakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake ini adalah dengan promosi dari mulut ke mulut serta menggunakan brosur dan kartu nama pemilik perusahaan, akses internet, serta pameran – pameran yang dilakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake.

- Promosi dari mulut ke mulut
Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat atau lingkungan tempat tinggal para karyawan.
- Brosur dan Kartu Nama
Dalam kegiatan periklanan / promosi yang dilakukan oleh PO. Enny Bakery & Cake untuk memperkenalkan produknya kepada para konsumen salah satunya adalah dengan menggunakan brosur atau kartu nama. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada saat PO. Enny Bakery & Cake mengikuti kegiatan pameran – pameran.
- Akses Internet
Salah satu cara promosi yang paling mudah, efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja

dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena jaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu, PO. Enny Bakery & Cake memilih promosi lewat internet.

Website resmi dari PO. Enny Bakery & Cake adalah www.ennybakeryandcake.com Dalam website tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai model produk yang dijualnya, disertai gambar model-model produk, juga *contact person* yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk dari Enny Bakery & Cake .

- Pameran

PO. Enny Bakery & Cake sering mengikuti pameran – pameran UKM yang diadakan oleh beberapa instansi. Dengan melakukan kegiatan promosi / periklanan PO. Enny Bakery & Cake dapat memperkenalkan produknya secara lebih umum pada masyarakat.

c. Pengiriman Produk

Produk yang telah siap di jual, maka PO. Enny Bakery & Cake akan melakukan pengiriman barang ke tempat penjualan atau toko yang akan dilakukan oleh bagian produksi yang telah ditugaskan. Jika ada konsumen yang memesan produk PO. Enny Bakery & Cake dalam jumlah besar maka akan di sesuaikan dengan perjanjian awal apakah produk tersebut akan diantarkan atau diambil sendiri oleh distributor tersebut.

d. Penyimpanan

Penyimpanan mempunyai peranan penting dalam suatu produksi. Karena dengan adanya penyimpanan, perusahaan akan mempunyai suatu stok sehingga jika permintaan akan suatu produk meningkat dan produksi yang dihasilkan kurang mencukupi, maka kekurangan tersebut mampu ditutupi oleh stok yang tersedia.

Begitupun hal yang dilakukan oleh PO.Enny Bakery & Cake , perusahaan ini melakukan penyimpanan produk untuk mencukupi kekurangan produk jika produksi perusahaan meningkat. Dengan melakukan penyimpanan tersebut perusahaan akan melakukan proses/tahap penyimpanan (penyusunan maupun penempatan) produk dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan dan dengan tingkat pengawasan yang ketat.

e. Pembungkusan

Pembungkusan mempunyai peranan penting dalam pemasaran yang dilakukan perusahaan. Karena dengan pembungkusan yang berkualitas maka permintaan produk akan meningkat dan dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Kemasan yang digunakan Enny Bakery & Cake adalah pelastik mika dan dimana di kemasan tersebut terdapat logo perusahaan dan alamat yang tertera lengkat serta tanggal kadaluarsa. Proses pengemasan dilakukan secara manual oleh karyawan produksi, sehingga dapat dengan mudah mengontrol produk tersebut dari binatang atau kotoran.

4.3.2 Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan adalah biaya promosi (kartu nama) dan biaya pengiriman barang. Rincian dari biaya pemasaran tahun 2013 dan tahun 2014 sebagai berikut :

Tabel 4.8 Biaya Pemasaran

No.	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Biaya Oprasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 3,744,000	Rp 4,896,000
	b. Service Kendaraan	Rp 450,000	Rp 500,000
	Total	Rp 4,194,000	Rp 5,396,000

2	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 2,400,000	Rp 2,400,000
	b. Brosur	Rp 600,000	Rp 625,000
	c. Kartu Nama	Rp 450,000	Rp 500,000
	d. Pameran	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000
	Total	Rp 4,950,000	Rp 5,025,000
3	Biaya Packaging		
	a. Plastik	Rp 4,320,000	Rp 5,550,000
	b. Kardus Pembungkus	Rp 17,280,000	Rp 26,640,000
	Total	Rp 21,600,000	Rp 32,190,000
	Total Biaya Pemasaran	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

Sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan berikut adalah pendapatan perusahaan sesuai dengan total penjualan per tahun :

Tabel 4.9 Penjualan dengan Harga Perusahaan

No	Tahun	Jenis Produk	Jumlah Produksi	Harga Jual	Total
1	2013	Kue Bolu Marmer	11520	Rp. 56.000	Rp 645.120.000
2	2014	Kue Bolu Marmer	13320	Rp. 57.000	Rp 759.240.000
Total Produksi			24840		

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

4.4 Aspek Personalia

Manajemen personalia adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya PO. Enny Bakery & Cake dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Perekrutan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan (pemilik). Karyawan baru yang direkrut umumnya adalah orang – orang dari daerah tertentu. Dalam melakukan perekrutan biasanya PO. Enny Bakery & Cake

melakukan percobaan dalam masa kerja dengan waktu tertentu, dan berdasarkan pengalaman yang telah dimiliki oleh calon karyawan tersebut. Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam PO. Enny Bakery & Cake dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.10 Daftar Tenaga Kerja

No	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki-laki	Perempuan	
1	Pemilik	-	1	1 Karyawan
2	Bagian Produksi	8	-	8 Karyawan
3	Bagian Keuangan	-	2	2 Karyawan
Total Karyawan				11 Karyawan

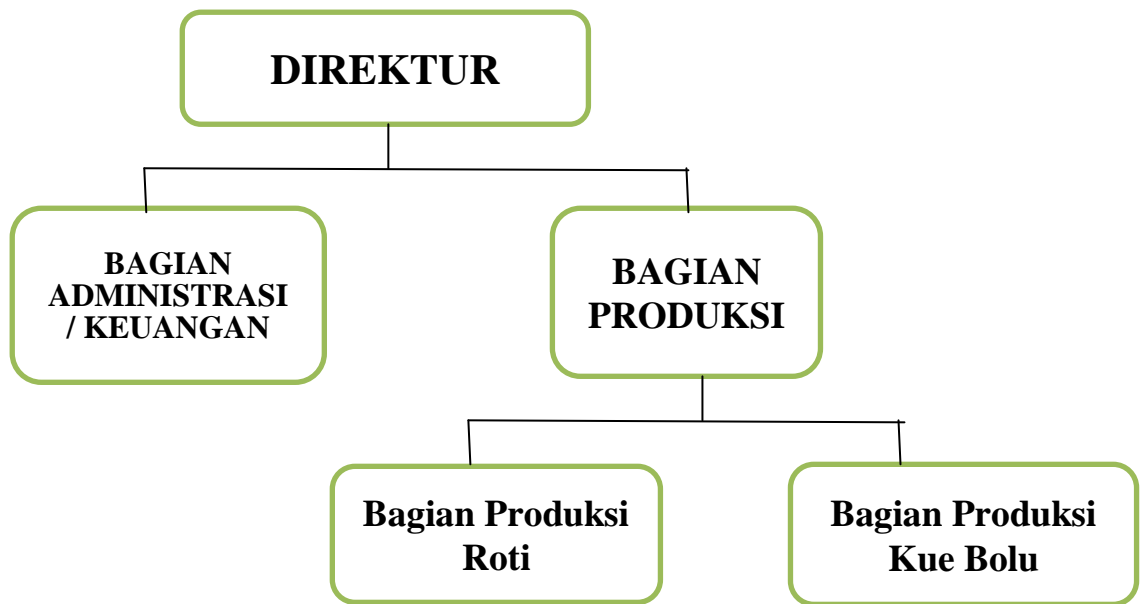
Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

4.4.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan PO. Enny Bakery & Cake adalah jenis *organisasi garis*, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung

dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Organisasi garis memiliki ciri yaitu organisasinya masih dalam lingkup kecil, jumlah karyawan sedikit dan saling mengenal serta spesialisasi kerja belum tinggi.



Gambar 4.4 Struktur Organisasi

4.4.2.1 Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian di PO. Enny Bakery & Cake:

1). Pemilik

- Memimpin, mengelola dan mengkoordinasikan kegiatan organisasi
- Menyusun rencana kerja perusahaan
- Memastikan ketersediaan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan oprasional
- Memonitor pelaksanaan kerja karyawan
- Menetapkan kebijakan dan arahan organisasi
- Mengesahkan, merevisi, menundani, dan membatalkan program kerja

- Mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan pegawai
- Menandatangani kontrak dengan klien.

2). Bidang Produksi

- Merencanakan alokasi fasilitas dan proses produksi atas order yang masuk
- Mengkoordinasikan proses produksi yang berjalan dengan pesanan/order baru
- Menyiapkan kebutuhan sumber daya untuk pelaksanaan produksi
- Menyiapkan jadwal pelaksanaan produksi.
- Memonitor kelancaran pelaksanaan produksi di lapangan
- Melanjutkan atau menghentikan kegiatan proses produksi yang diakibatkan oleh situasi yang tidak terkendali di lokasi atas persetujuan Direktur
- Menetapkan group yang akan melaksanakan proses produksi
- Menetapkan kebutuhan material dan pendukung untuk keperluan proses produksi
- Menambah atau mengurangi alokasi beban kerja operator sesuai dengan perkembangan situasi di lapangan.

3). Bidang Keuangan

- Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- Mencatat data penjualan dan pembelian.
- Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.

4.4.3 Penilaian Kinerja (evaluasi)

Tujuan evaluasi kinerja adalah untuk menjamin pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan dan tingkat pencapaian sasaran perusahaan, terutama untuk mengetahui bila terjadi keterlambatan atau penyimpangan supaya segera diperbaiki.

4.4.4 Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan adalah balas jasa lengkap (materi dan non materi) yang diberikan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijaksanaan. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktifitasnya meningkat. PO. Enny Bakery & Cake dalam kesejahteraan karyawan dilakukan dengan memberikan gaji yang sesuai dengan hasil produksi dari masing – masing bagian kecuali kepala bagian produksi dan adm, serta uang makan setiap minggunya, jika ada karyawan yang terkena musibah atau sakit maka perusahaan akan memberikan dana bantuan sesuai dengan persetujuan pemimpin / pemilik perusahaan.

a. Gaji Karyawan

Gaji karyawan yang ditentukan di PO. Enny Bakery & Cake sama rata bagi karyawan di bidang produksi tetapi berbeda dengan karyawan bagian administrasi atau keuangan. PO. Enny Bakery & Cake biasanya melakukan pemberian gaji setiap 2 minggu sekali atau dalam sebulan 2 kali.

Tabel 4.11 Daftar Gaji Karyawan

No	Bagian	Gaji Per Bulan tahun 2013	Gaji Per Bulan tahun 2014
1	Bagian Produksi	Rp 2,400,000	Rp 2,700,000
2	Bagian Keuangan	Rp 2,200,000	Rp 2,400,000

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

b. Tunjangan Diluar Gaji

Tunjangan diluar gaji yang dimaksud PO. Enny Bakery & Cake adalah Tunjangan yang diberikan pada karyawan diluar hasil produksi.

Tunjangan yang diberikan PO. Enny Bakery & Cake adalah tunjangan pada karyawan menjelang hari raya seperti sejumlah uang dan sembako pada setiap karyawan.

g. Pemberian Pinjaman

Selain memberikan upah dan insentif kepada karyawannya, untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya PO. Enny Bakery & Cake juga memberikan pinjaman bagi karyawannya tanpa dikenai bunga pinjaman, yang waktu pengembaliannya berdasarkan kesepakatan antara karyawan yang meminjam dengan pemilik yang memberikan pinjaman.

4.4.5 Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan Hubungan Kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja dan pengusaha. Pemutusan hubungan kerja mengakibatkan dampak negatif bagi perusahaan karena dengan adanya pemutusan kerja, maka perusahaan wajib membayar uang pesangon sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan harus sesuai dengan masa kerja karyawan tersebut.

Dalam hal ini, pemutusan hubungan kerja yang diterapkan oleh PO. Enny Bakery & Cake adalah bila ada karyawan yang melakukan kesalahan seperti malas, melalaikan tugas dan sering melanggar perjanjian yang telah disepakati antara karyawan dengan pemilik selama masa kerja berlangsung. Pemutusan hubungan kerja dilakukan dengan cara baik-baik yaitu dengan membicarakannya secara tertutup antara karyawan dengan pemilik, agar kedua belah pihak sama-sama menemukan titik terang dan tidak saling merugikan satu sama lain.

4.5 Aspek Keuangan

Keuangan adalah kegiatan yang berhubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapatkan dana untuk membayar, dan memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

Aspek keuangan ini meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuangan oleh perusahaan. Pada dasarnya ,perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan. Namun, dari hasil wawancara penulis mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut ini:

Perhitungan biaya penyusutan per tahun adalah sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan per tahun} = (\text{Capital cost} - \text{Nilai sisa}) / \text{Umur ekonomis}$$

Tabel 4.12 Penyusutan Aktiva Tetap

No	Aktiva Tetap	Nilai Beli	Nilai Residu	Umur Ekonomis	Nilai Penyusutan
1	Gedung	Rp 800,000,000	Rp 500,000,000	10 Tahun	Rp 30,000,000
2	Mesin dan Peralatan	Rp 339,365,000	Rp 175,235,000	10 Tahun	Rp 16,413,000
3	Kendaraan	Rp 10,000,000	Rp 5,000,000	10 Tahun	Rp 500,000
4	Inventaris Kantor	Rp 19,864,000	Rp 9,575,000	5 Tahun	Rp 2,057,800
5	Surat Perizinan	Rp 4,000,000	-	5 Tahun	Rp 800,000
Total Biaya Penyusutan					Rp 49,770,800

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

Tabel 4.13 Persediaan Bahan Baku

No.	Bahan Baku	Jml. Persediaan	Harga Bahan	Total Persd
-----	------------	-----------------	-------------	-------------

1	Tepung Terigu	75kg	Rp. 8.000/kg	Rp 600,000
2	Telur	3 peti	Rp. 210.000/peti	Rp 630,000
3	Gula Putih	90 kg	Rp. 10.000/kg	Rp 900,000
4	Margarin	95 kg	Rp. 44.500/kg	Rp 4,227,500
5	Coklat Bubuk	30 kg	Rp. 5.000/kg	Rp 150,000
6	Baking Soda	1 kg	Rp. 15.000/kg	Rp 15,000
Total Persd Bahan Baku Awal Tahun 2013				Rp 6,522,500

Sumber : Diolah

No.	Bahan Baku	Jml. Persediaan	Harga Bahan	Total Persd
1	Tepung Terigu	80 kg	Rp. 8.000/kg	Rp 640,000
2	Telur	5 peti	Rp. 210.000/peti	Rp 1,050,000
3	Gula Putih	110 kg	Rp. 10.000/kg	Rp 1,100,000
4	Margarin	115 kg	Rp. 44.500/kg	Rp 5,117,500
5	Coklat Bubuk	40 kg	Rp. 5.000/kg	Rp 200,000
6	Baking Soda	0,5 kg	Rp. 15.000/kg	Rp 7,500
Total Persd Bahan Baku Akhir Tahun 2013				Rp8,115,000

Sumber : Diolah

No.	Bahan Baku	Jml. Persediaan	Harga Bahan	Total Persd
-----	------------	-----------------	-------------	-------------

1	Tepung Terigu	110 kg	Rp. 9000/kg	Rp 990,000
2	Telur	7 peti	Rp. 225.000/peti	Rp 1,575,000
3	Gula Putih	150 kg	Rp. 11.700/kg	Rp 1,755,000
4	Margarin	150 kg	Rp. 46.700/ kg	Rp 7,005,000
5	Coklat Bubuk	50 kg	Rp. 6.000/kg	Rp 300,000
6	Baking Soda	1,5 kg	Rp. 16.500/kg	Rp 24,750
Total Persd Bahan Baku Akhir Tahun 2014				Rp11,649,750

Sumber : Diolah

4.5.1 Penetapan Harga Pokok Produksi Perusahaan

Dalam menentukan anggaran harga pokok produksi perusahaan menjumlahkan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan juga biaya overhead pabrik baik yang variabel maupun yang tetap.

Berikut ini adalah penetapan harga pokok produksi pada perusahaan PO. Enny Bakery & Cake:

*Tabel 4.14 Laporan Harga Pokok Produksi PO. Enny Bakery & Cake
Tahun 2013-2014*

No.	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Pemakaian Bahan Baku		
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 6,522,500	Rp 8,115,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 192,187,600	Rp 240,639,990
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 198,710,100	Rp 248,754,990
	- Persd Bahan Baku Akhir Tahun	Rp 8,115,000	Rp 11,649,750
	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 190,595,100	Rp 237,105,240
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 230,400,000	Rp 259,200,000
3	Biaya Overhead Pabrik		
	a. Biaya Bahan penolong	Rp 1,050,000	Rp 1,440,000
	b. Biaya pemeliharaan	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000
	c. Biaya Listrik dan Telpon Pabrik	Rp 34,800,000	Rp 39,600,000
	d. Biaya Penyusutan		
	Mesin dan Peralatan	Rp 16,413,000	Rp 16,413,000
	Kendaraan	Rp 500,000	Rp 500,000
	Inventaris Kantor	Rp 2,057,800	Rp 2,057,800
	e. Biaya gas	Rp 17,280,000	Rp 20,100,000
	Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 75,100,800	Rp 83,110,800
3	Total Harga Pokok Produksi	Rp 496,095,900	Rp 579,416,040

Sumber : Diolah

Dari data diatas maka dapat diketahui :

d. Perhitungan biaya produksi per unit, dengan rumus :

$$\text{Biaya Produk per Unit} = \frac{\text{Total Harga Pokok Produksi}}{\text{Total Unit Produksi}}$$

a. Harga Produk Tahun 2013 = $\frac{\text{Rp } 496.095.900}{11.520 \text{ unit}}$
= Rp 43.063

b. Harga Produk Tahun 2014 = $\frac{\text{Rp } 579.416.040}{13.320 \text{ unit}}$
= Rp 43.499

Menentukan harga jual per unit :

a. Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 43.063 \times 30\%) + \text{Rp } 43.063 \\ &= \text{Rp } 55.983,04 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 56.000} \end{aligned}$$

b. Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 43.499 \times 30\%) + \text{Rp } 43.499 \\ &= \text{Rp } 56.549,62 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 57.000} \end{aligned}$$

4.5.2 Laporan Keuangan Perusahaan

Berikut adalah hasil dari laporan keuangan perusahaan PO. Enny Bakery & Cake tahun 2013-2014.

Tabel 4.18 Laporan Laba Rugi PO.Enny Bakery & Cake

Tahun 2013-2014

Keterangan	Tahun	
	2013	2014
A. Penjualan	Rp 645,120,000	Rp 759,240,000
B. Harga Pokok Penjualan		
Persediaan awal	Rp 4,500,000	Rp 6,500,000
Biaya Produksi	Rp 496,095,900	Rp 579,416,040
Total barang siap jual	Rp 500,595,900	Rp 585,916,040
Persediaan akhir	Rp 6,500,000	Rp 7,750,000
Total Harga Pokok Penjualan	Rp 494,095,900	Rp 578,166,040
C. Laba Kotor (A-B)	Rp 151,024,100	Rp 181,073,960
D. Biaya Usaha		
Biaya Pemasaran	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000
Gaji Tenaga Keuangan	Rp 48,000,000	Rp 50,400,000
Biaya Listrik dan telepon Kantor	Rp 23,400,000	Rp 26,400,000
ATK	Rp 250,000	Rp 300,000
Total Biaya Usaha	Rp 102,394,000	Rp 119,711,000
E. Laba Usaha (C - D)	Rp 48,630,100	Rp 61,362,960
F. Biaya Bunga	Rp -	Rp -
G. Laba Sebelum Pajak (E - F)	Rp 48,630,100	Rp 61,362,960
H. Pajak		
- Pajak Pendapatan (10%)	Rp 4,863,010	Rp 6,136,296
Total Pajak	Rp 4,863,010	Rp 6,136,296
I. Laba Bersih (G - H)	Rp 43,767,090	Rp 55,226,664

Sumber: Diolah

4. 6 Pengelolaan Data

4.6.1 Pemisahan Data

Untuk menetapkan harga pokok secara akurat, diperlukan klarifikasi biaya yang tepat termasuk dalam unsur-unsur harga pokok produksi, sehingga pengalokasian biaya perunit dapat dialokasikan dengan baik terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Kapasitas produksi PO. Enny Bakery & Cake pada tahun 2013 -2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16 Jumlah Hasil Produksi = Jumlah Penjualan PO.Enny Bakery & Cake tahun 2013-2014

Tahun	Produk	Jumlah Penjualan (Unit)
2013	Kue Bolu Marmer	11520
2014	Kue Bolu Marmer	13320

Sumber: PO. Enny Bakery & Cake

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan bahan baku dalam pembuatan Kue Bolu Marmer

Tabel 4.17 Kebutuhan Bahan Baku Utama Tahun 2013-2014

No	Bahan Baku Utama	2013			2014		
		Pemakaian Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya Bahan Baku	Pemakaian Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya Bahan Baku
1	Tepung Terigu	3.456 kg	Rp. 8.000/kg	Rp 27,648,000	3.996 kg	Rp. 9000/kg	Rp 35,964,000
2	Telur	180 peti	Rp. 210.000/kg	Rp 37,800,000	211 peti	Rp.225.000/peti	Rp 47,475,000
3	Gula Putih	2.304 kg	Rp. 10.000/kg	Rp 23,040,000	2.664 kg	Rp. 11.700/kg	Rp 31,168,800
4	Margarin	2.304 kg	Rp. 44.500/kg	Rp 102,528,000	2.664 kg	Rp. 46.700/ kg	Rp124,408,800
5	Coklat Bubuk	230 kg	Rp. 5.000/kg	Rp 1,150,000	266 kg	Rp. 6.000/kg	Rp 1,596,000
6	Baking Soda	1,44 kg	Rp. 15.000/kg	Rp 21,600	1,66 kg	Rp. 16.500/kg	Rp 27,390
Total Biaya Bahan Baku				Rp 192,187,600			Rp 240,639,990

Sumber: PO. Enny Bakery & Cake

Tabel 4.18 Kebutuhan Bahan Baku Penolong Tahun 2013-2014

No	Bahan	Bahan Penolong 2013			Bahan Penolong 2014		
		Penggunaan per tahun	Harga satuan	Jumlah	Penggunaan per tahun	Harga satuan	Jumlah
1	Choco Chip	25 kg	Rp 42,000	Rp 1,050,000	32 kg	Rp 45,000	Rp 1,440,000
Jumlah Biaya Bahan Penolong 2013				Rp 1,050,000			Rp 1,440,000

Sumber: PO. Enny Bakery & Cake

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 4.19 Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013-2014

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Biaya Gaji per bulan	Total Biaya Gaji per tahun
1	Produksi	8	Rp2,400,000	Rp 19.200,000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp 230,400,000

Sumber: PO.Enny Bakery & Cake

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Biaya Gaji per bulan	Total Biaya Gaji per tahun
1	Produksi	8	Rp2,700,000	Rp. 21,600,000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp 259.200.000

Sumber:
PO.
Enny

Bakery & Cake

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik pada metode *full costing* ada dua jenis, yakni biaya overhead variabel dan biaya overhead tetap.

1. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel

Tabel 4.20 Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2013-2014

Tahun 2013	
BOP :	
a. Biaya bahan penolong	Rp 1,050,000
b. Biaya listrik dan telepon pabrik	Rp 34,800,000
c. Biaya gas	Rp 17,280,000
Total BOP	Rp 53,130,000
Tahun 2014	
BOP :	
a. Biaya bahan penolong	Rp 1,440,000
b. Biaya listrik dan telepon Pabrik	Rp 39,600,000
c. Biaya gas	Rp 20,100,000
Total BOP	Rp 61,140,000

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake , diolah

2. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Tetap

Tabel 4.21 Biaya Overhead Pabrik tetap Tahun 2013-2014

Tahun 2013	
BOP :	
a. Biaya Penyusutan	
Gedung	Rp 30,000,000
Mesin dan Peralatan	Rp 16,423,000
Kendaraan	Rp 500,000
Inventaris Kantor	Rp 2,057,800
Surat Perizinan	Rp 800,000
b. Biaya Pemeliharaan	Rp 3,000,000
Total Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 52,780,800
Tahun 2014	
BOP :	
a. Biaya Penyusutan	
Gedung	Rp 30,000,000
Mesin dan Peralatan	Rp 16,423,000
Kendaraan	Rp 500,000
Inventaris Kantor	Rp 2,057,800
Surat Perizinan	Rp 800,000
b. Biaya Pemeliharaan	Rp 3,000,000
Total Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 52,780,800

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake , diolah

d. Biaya Non produksi

Tabel 4.22 Biaya Pemasaran Tahun 2013-2014

No.	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Biaya Oprasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 3,744,000	Rp 4,896,000
	b. Service Kendaraan	Rp 450,000	Rp 500,000
	Total	Rp 4,194,000	Rp 5,396,000
2	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 2,400,000	Rp 2,400,000
	b. Brosur	Rp 600,000	Rp 625,000
	c. Kartu Nama	Rp 450,000	Rp 500,000
	d. Pameran	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000
	Total	Rp 4,950,000	Rp 5,025,000
3	Biaya Packaging		
	a. Plastik	Rp 4,320,000	Rp 5,550,000
	b. Kardus Pembungkus	Rp 17,280,000	Rp 26,640,000
	Total	Rp 21,600,000	Rp 32,190,000
	Total Biaya Pemasaran	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000

Sumber : PO. Enny Bakery & Cake

4.6.2 Penetapan Harga Pokok Produksi PO. Enny Bakery & Cake menggunakan Metode *Full Costing*

Dibawah ini adalah hasil perhitungan Harga pokok produksi PO. Enny Bakery & Cake berdasarkan metode *full costing*.

Tabel 4.20 Harga Pokok Produksi PO. Enny Bakery & Cake dengan

Metode Full Costing

No.	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Pemakaian Bahan Baku		
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 6,522,500	Rp 8,115,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 192,187,600	Rp 240,639,990
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 198,710,100	Rp 248,754,990
	- Persd Bahan Baku Akhir Tahun	Rp 8,115,000	Rp 11,649,750
	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 190,595,100	Rp 237,105,240
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 230,400,000	Rp 259,200,000
3	Biaya Over Head Pabrik		
	- BOP Tetap		
	a. Biaya Penyusutan		
	Gedung	Rp 30,000,000	Rp 30,000,000
	Mesin dan Peralatan	Rp 16,423,000	Rp 16,423,000
	Kendaraan	Rp 500,000	Rp 500,000
	Inventaris Kantor	Rp 2,057,800	Rp 2,057,800
	Surat Perizinan	Rp 800,000	Rp 800,000
	b. Biaya Pemeliharaan	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000
	Total BOP Tetap	Rp 52,780,800	Rp 52,780,800
	- BOP Variabel		
	a. Biaya bahan penolong	Rp 1,050,000	Rp 1,440,000
	b. Biaya listrik dan telepon pabrik	Rp 34,800,000	Rp 39,600,000
	c. Biaya gas	Rp 17,280,000	Rp 20,100,000
	Total BOP Variabel	Rp 53,130,000	Rp 61,140,000
	Total Harga Pokok Produksi	Rp 526,905,900	Rp 610,226,040

Sumber: Diolah

4.6.3 Perhitungan Total Biaya PO. Enny Bakery & Cake

Tabel 4.24 Total Biaya 2013-2014

Keterangan	Tahun	
	2013	2014
Harga Pokok Penjualan		

Persediaan awal	Rp 4,500,000	Rp 6,500,000
Biaya Produksi	Rp 526,905,900	Rp 610,226,040
Total barang siap jual	Rp 531,405,900	Rp 616,726,040
Persediaan akhir	Rp 6,500,000	Rp 7,750,000
Total Harga Pokok Penjualan	Rp 524,905,900	Rp 608,976,040
Biaya komersial		
Biaya pemasaran	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000
Total biaya komersial	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000
Total Biaya	Rp 555,649,900	Rp 651,587,040

Sumber : Diolah

Perhitungan harga jual per unit menggunakan metode *cost-plus pricing*, dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 30% adalah sebagai berikut :

a) Tahun 2013

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual /unit} &= \frac{\text{Total biaya} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 555.649.900 + (30\% \times \text{Rp } 555.649.900)}{11.520 \text{ unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 555.649.900 + \text{Rp. } 166.694.970}{11.520 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp. } 62.703,5 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 63.000}
 \end{aligned}$$

b) Tahun 2014

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual/unit} &= \frac{\text{Total biaya} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 651.587.040 + (30\% \times \text{Rp } 651.587.040)}{13.320 \text{ unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 651.587.040 + \text{Rp. } 195.476.112}{13.320 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp } 63.593,32
 \end{aligned}$$

= Rp 64.000

4.6.4 Laporan Keuangan Perusahaan

Berikut adalah hasil dari laporan keuangan perusahaan PO. Enny Bakery & Cake tahun 2013-2014.

*Tabel 4.25 Laporan Laba Rugi PO. Enny Bakery & Cake
Tahun 2013-2014*

Keterangan	Tahun	
	2013	2014
A. Penjualan	Rp 725,760,000	Rp 852,480,000
B. Harga Pokok Penjualan		
Persediaan awal	Rp 4,500,000	Rp 6,500,000
Biaya Produksi	Rp 526,905,900	Rp 610,226,040
Total barang siap jual	Rp 531,405,900	Rp 616,726,040
Persediaan akhir	Rp 6,500,000	Rp 7,750,000
Total Harga Pokok Penjualan	Rp 524,905,900	Rp 608,976,040
C. Laba Kotor (A-B)	Rp 200,854,100	Rp 243,503,960
D. Biaya Usaha		

Biaya Pemasaran	Rp 30,744,000	Rp 42,611,000
Gaji Tenaga Keuangan	Rp 48,000,000	Rp 50,400,000
Biaya Listrik dan telepon Kantor	Rp 23,400,000	Rp 26,400,000
ATK	Rp 250,000	Rp 300,000
Total Biaya Usaha	Rp 102,394,000	Rp 119,711,000
E. Laba Usaha (C - D)	Rp 98,460,100	Rp 123,792,960
F.Biaya Bunga	Rp -	Rp -
G. Laba Sebelum Pajak (E - F)	Rp 98,460,100	Rp 123,792,960
H. Pajak		
- Pajak Pendapatan (10%)	Rp 9,846,010	Rp 12,379,296
Total Pajak	Rp 9,846,010	Rp 12,379,296
I. Laba Bersih (G - H)	Rp 88,614,090	Rp 111,413,664

Sumber : Diolah

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Aspek Keuangan

5.1.1 Analisis terhadap perhitungan harga pokok produksi

- Harga Pokok Produksi yang ditetapkan oleh perusahaan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dalam penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan, ditemukan bahwa ada biaya yang tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi yaitu dalam perhitungan biaya overhead pabrik. Dimana perusahaan tidak menghitung biaya penyusutan gedung dan surat perizinan. Padahal kedua biaya tersebut sangatlah penting untuk menghitung harga pokok produksi, dan perusahaan membebankan biaya *overhead* secara keseluruhan tidak dipisahkan antara biaya *overhead* variabel dan tetap. Sehingga dalam perhitungannya biaya overhead menurun dan harga pokok produksi menjadi lebih rendah dari harga perhitungan menggunakan metode *full costing*.

- Harga Pokok Produksi menggunakan metode *full costing*.

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi menggunakan perhitungan metode *full costing* dengan memasukan semua unsur-unsur biaya baik tetap maupun variabel. Pengumpulan biaya overhead pabrik tetap, memasukan semua unsur penyusutan gedung, inventaris kantor, kendaraan, surat perizinan, mesin dan peralatan serta biaya pemeliharaan. Pada biaya overhead pabrik variable memasukan biaya listrik dan telepon bahan baku penolong, dan biaya gas.

- Perbandingan Harga pokok produksi perhitungan perusahaan dan harga pokok produksi berdasarkan perhitungan metode *full costing*.
 - Dari hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) yang dilakukan perusahaan dapat diketahui harga pokok produksi pada tahun 2013 adalah Rp. 496.095.900 sedangkan pada tahun 2014 adalah Rp. 579.416.040.

- Dan dari hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) menggunakan metode *full costing* dapat diketahui harga pokok produksi pada tahun 2013 adalah Rp. 526.905.900 sedangkan pada tahun 2014 adalah Rp. 610.226.040.
- Berdasarkan kedua temuan diatas maka dapat disimpulkan bahwa baik harga pokok produksi maupun harga jual yang ditetapkan perusahaan selama ini belum tepat.

5.1.2 Analisis terhadap harga jual.

- Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan

Setelah mengetahui harga pokok produksi dan penjualan serta biaya per unitnya, maka dapat diketahui harga jual pada kue bolu marmer yang diterapkan pada PO. Enny Bakery & Cake adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1. Harga Jual Perusahaan

No.	Tahun	Jumlah Produksi (unit)	Harga Produk
1	2013	11520	Rp 56.000
2	2014	13320	Rp 57.000

Sumber: Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa harga jual perusahaan atau harga jual sebelum melakukan perhitungan dengan *cost plus pricing* mengalami peningkatan harga jual. Ini di karenakan jumlah produksi yang juga mengalami peningkatan.

- Harga jual yang ditetapkan berdasarkan perhitungan dengan metode *cost plus pricing*.

Sesuai dengan perhitungan harga pokok penjualan dengan menggunakan metode *full costing* dan melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, berikut adalah hasilnya :

Tabel 5.2 Harga Jual dan Biaya Penuh

No	Tahun	Total Cost	Harga Jual
1	2013	Rp. 555.649.900	Rp. 63.000
2	2014	Rp 651.587.040	Rp. 64.000

Sumber: Diolah

- Perbedaan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terhadap hasil harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dan harga jual pesaing.

Berdasarkan hasil perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost-plus pricing*, maka kemudian dapat kita bandingkan dengan harga jual beberapa perusahaan sejenis wilayah pemasaran di Depok dan sekitarnya seperti PO. De Cake Stasiun yang merupakan salah satu pesaing PO. Enny Bakery & Cake.

Tabel 5.3 Data Perbandingan dengan Perusahaan lain

Produk PO. Enny Bakery & Cake	Produk Pesaing	Harga Pesaing	Keterangan
Kue Bolu Marmer (Rp 64.000)	PO. De Cake Station	Rp 65.000	Lebih Mahal
	Majestyk bakery & cake shop	Rp 57.000	Lebih Murah
	Michelle Cake & Bakery	Rp 68.000	Lebih Mahal

Sumber : Hasil wawancara karyawan perusahaan pesaing

- Setelah melakukan perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing*

Dan di bandingkan dengan harga jual yang sudah ditetapkan perusahaan maka seharusnya perusahaan mendapatkan laba yang maksimal, karena

harga yang di tetapkan perusahaan lebih rendah dari hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing*.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan *metode full costing* dan menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perbandingan harga pokok produksi berdasarkan perhitungan perusahaan dengan metode *full costing*, pada tahun 2013 dan 2014 adalah sebagai berikut :
 - Pada tahun 2013 Harga pokok produksi yang ditetapkan perusahaan adalah Rp. 43.063/unit sedangkan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* adalah Rp. 45.738/unit. Demikian juga pada tahun 2014 harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan adalah Rp. 43.499/unit sedangkan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* adalah Rp. 45.812/unit.
 - Dengan kata lain bahwa harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan selama ini terlalu rendah dibandingkan hasil perhitungan berdasarkan metode *full costing*.
2. Perbandingan harga jual berdasarkan perhitungan perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* , pada tahun 2013 dan 2014 adalah sebagai berikut:
 - Pada tahun 2013 harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 56.000/unit sedangkan berdasarkan *cost plus pricing* adalah Rp. 63.000/unit. Demikian juga pada tahun 2014 harga jual yang ditetapkan perusahaan adalah Rp.57.000/unit sedangkan berdasarkan *cost plus pricing* Rp. 64.000/unit.
3. Berdasarkan kedua temuan diatas maka dapat disimpulkan bahwa baik harga pokok produksi maupun harga jual yang ditetapkan perusahaan selama ini belum tepat.

6.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya PO. Enny Bakery & Cake menggunakan perhitungan dengan metode *full costing* dalam menghitung biaya produksi. Karena metode ini merinci semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi secara realistis. Sehingga akan menghasilkan perhitungan yang lebih tepat dan akurat dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan selama ini.
2. Dalam menentukan harga jual perusahaan sebaiknya menggunakan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* karena dapat mengidentifikasi biaya-biaya yang mendukung proses produksi dengan begitu dapat ditentukan berapa *mark up* yang diinginkan. dibandingkan metode perhitungan yang telah dilakukan perusahaan. Perusahaan sebaiknya memperbaiki pembukuan mengenai laporan keuangan, sehingga dapat diketahui besarnya alokasi yang dikeluarkan dengan tepat terhadap biaya-biaya yang dibutuhkan, dan juga dapat diketahui perkembangan usaha dengan jelas sehingga dapat mencapai target yang diinginkan.
3. Dengan peningkatan harga jual tentunya perusahaan harus menyeimbangkannya dengan kualitas produk yang dimilikinya, sehingga dengan harga jual yang lebih tinggi konsumen tidak akan enggan untuk membelinya karena seimbang dengan kualitas produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2004. *Pengantar Manajemen*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Drs. Gunawan Adisaputro, M.B.A. *Anggaran Perusahaan*. BPFE, Yogyakarta.
- Hadibroto, Prof. Dr. Akuntan. 1980, *Masalah Akuntansi*, bab 24, hal 88-89, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Matz, Adolph Dan Milton F. Usry, *Cost Accounting Planning and Control*, Seventh Edition (Cincinnati, Ohio : Western Publishing Co, 1980) hal. 43-44.
- Mulyadi, 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi 3. Salemba Empat, Jakarta.
- Mursyidi, 2008. *Akuntansi Biaya*, cetakan pertama. Refika Aditama, Bandung. Ikatan Akuntansi Indonesia, *Prinsip akuntansi Indonesia*, hal 40.
- Rachmayanti, Dewi Kasita. 2011. Analisis Perhitungan Harga Produksi Sepatu dengan Metode Full Costing. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Slot, R, Prof. Dr. Dan Drs. G. H. Minnaar. 1995. *Dasar- Dasar Ekonomi Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soemarso, S.R. 1984. *Peranan Harga Pokok dalam Penentuan Harga Jual*. ESG Jakarta.
- Supriyono, R. A. 2011. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta.
- Tampubolon, Manahan P. 2005. *Manajemen Keuangan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN







